



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

YMPÄRISTÖVASTUU MAJOITUSTOIMINNASSA

Case: Joutsenmerkkihakemus Scandic Lahdelle

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Majoitustoiminta
Ravintolatoiminta
Opinnäytetyö AMK
Syksy 2014
Sini Vilkkö
Anu Nurmi

Lahden ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

VILKKO, SINI &
NURMI, ANU:

Ympäristövastuu majoitustoiminnassa
Case: Joutsenmerkkihakemus Scandic
Lahdelle

Majoitustoiminnan ja ravintolatoiminnan opinnäytetyö, 40 sivua, 2 liitesivua

Syksy 2014

TIIVISTELMÄ

Tämä on toimeksiantajalähtöinen ja toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tavoitteena on edistää ympäristöystävällisyyttä ja kestävää kehitystä majoitusosalalla. Tavoitteena on myös lisätä ympäristöasioiden arvostusta ja huomioon ottamista sekä saada yritykset etenkin Lahden alueella kiinnittämään huomiota kestäväan kehitykseen. Opinnäytetyömme on tutkimuksellinen kehittämistyö, jonka toiminnallisena tavoitteena oli toteuttaa Joutsenmerkin hakuprosessi Scandic Lahdelle.

Opinnäytetyömme kirjallinen osuus koostuu kahdesta osasta. Ensimmäiseksi teoriaosassa käsitellään ekologisuuteen keskittyen kestäväa kehitystä ja yrityksen ympäristövastuullisuutta sekä kestäväan kehityksen edistämisen mukaista toimintaa matkailuyrityksessä. Ensimmäisessä osassa tutustutaan myös Suomen tunnetuimpiin, hotelleille saataviin virallisiin ympäristömerkkeihin; Pohjoismaiseen ympäristömerkkiin Joutsenmerkkiin sekä sen kanssa hyvin samankaltaiseen EU-ympäristömerkkiin.

Toisessa, eli toiminnallisessa osassa esitellään toimeksiantajamme sekä kuvataan hakuprosessin toteuttamista toimintatutkimuksen kautta, jonka menetelminä käytimme työssämme havainnointia ja haastatteluja. Lopuksi kerromme Scandic Lahden Joutsenmerkin hakuprosessin etenemisestä aina tiedonhankinta- ja lomakkeen täyttövaiheesta merkin myöntämisen- ja luovuttamisvaiheeseen asti.

Työmme oli onnistunut, sillä Scandic Lahdelle myönnettiin Joutsenmerkki 1. lokakuuta 2013. On vaikea mitata, onnistuiko laajempi tavoite eli edistikö työ kestäväa kehitystä majoitusosalalla. Uskomme, että työmme on havaittu lähialueilla ja toivomme sen vaikuttavan ihmisten ja yritysten toimintaan ja ajatusmaailmaan.

Asiasanat: ympäristövastuu, majoitustoiminta, Joutsenmerkki

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

VILKKO, SINI &
NURMI, ANU:

Environmental Responsibility in
Accommodation Operations
Case: The Application of the Nordic
Ecolabel for Scandic Lahti

Bachelor's Thesis in Hotel Management and Restaurant Management, 40 pages, 2
pages of appendices

Autumn 2014

ABSTRACT

This is a functional bachelor's thesis which topic is coming from the commissioner. The main target of the thesis is to advance the state of being environmentally friendly and sustainable development in the accommodation industry. The target is also to increase the appreciation of environment and get the companies in Lahti region to pay attention to the sustainable development. This thesis is a development work which functional target is to execute the application process of The Nordic Ecolabel to Scandic Lahti.

The textual part of the thesis includes two sections. The first, theoretical part covers sustainable development concentrating on its ecological dimension, environmental responsibility of companies and the actions that meet the needs of working towards the sustainable development in the accommodation business. The Finland's best-known official ecolabels that are available for hotels, The Nordic Ecolabel and to it very similar EU Ecolabel, are also introduced in the theoretical section.

The second part which is the functional section consists of the introduction of the commissioner and the description of the execution of the application process which is handled through action research. The used research methods are observation and interview. In the end we tell about the progress of the application process of The Nordic Ecolabel from the information research and filling the application form period to the admittance and awarding period.

This bachelor's thesis was successful because The Nordic Ecolabel was awarded to Scandic Lahti 1.10.2013. It is hard to measure if the larger target was achieved – if this thesis managed to advance the sustainable development in the accommodation industry. We believe that at least our work has been noticed and we hope that it will affect the actions and the ideology of people and companies.

Key words: environmental responsibility, accommodation service, The Nordic Ecolabel

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja aikataulu	1
1.2 Opinnäytetyön rajaus ja rakenne	2
2 KESTÄVÄ KEHITYS	4
2.1 Kestävä kehitys matkailussa	5
2.2 Kestävää kehitystä edistävä matkailuyritys	6
2.3 Yrityksen vastuu kestävästä kehityksestä	9
2.4 Yrityksen kestävä kehityksen kannustimet	11
3 YMPÄRISTÖMERKIT	14
3.1 Elinkaariajattelusta	15
3.2 Joutsenmerkki	16
3.2.1 Joutsenmerkityt tuotteet ja palvelut	17
3.2.2 Joutsenmerkin kriteerit	18
3.3 EU-ympäristömerkki	19
3.3.1 EU-ympäristömerkityt tuotteet ja palvelut	20
3.3.2 EU-ympäristömerkin kriteerit	20
4 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	22
4.1 Toimeksiantaja Scandic Hotels	22
4.1.1 Scandicin visio ja arvot	23
4.1.2 Scandicin ympäristötyö	24
4.1.3 Scandic Lahti	25
4.2 Toiminnallisen opinnäytetyön teoria	26
4.2.1 Lähestymistapa	29
4.2.2 Tutkimusmenetelmät	30
4.3 Joutsenmerkin hakuprosessi ja sen tavoitteet	31
4.3.1 Prosessikuvaus: Joutsenmerkin hakeminen Scandic Lahdelle	32
4.3.2 Prosessikuvaus: Tarkastuskierros ja Joutsenmerkin myöntäminen	34
5 ANALYYSI	37
5.1 Oman työmme ja Joutsenmerkin hakuprosessin arviointi	37

5.2 Jatkotoimenpiteet	38
JOHTOPÄÄTÖKSET	39
LÄHTEET	41
LIITTEET	46

1 JOHDANTO

Kaikki alkoi siitä, kun opinnäytetyön aihetta pohtiessamme totesimme, että halusimme kumpikin ehdottomasti toiminnallisen opinnäytetyön, sillä tutkimuksellinen työ ei tuntunut lainkaan meitä kiinnostavalta vaihtoehdolta. Uskoimme myös, että konkreettisesti itse tekemällä saisimme käsiteltävästä aiheesta enemmän irti. Etsimme jonkin aikaa sopivaa opinnäytetyön aihetta, kunnes kuulimme Scandic Lahden aikeesta hakea Joutsenmerkkiä ja sen halukkuudesta ottaa opiskelijoita avuksi hakuprosessiin.

Päätimme lähteä mukaan projektiin, koska ennen kaikkea totesimme, että ainakin projektin aihe on erittäin ajankohtainen; koko ajan kiinnitetään yhä enemmän huomiota ympäristöasioihin. Halusimme selvittää, mitä kaikkea merkin saamiseen hotellille oikeasti vaaditaan ja minkä verran työtä ympäristömerkin hakemisessa on konkreettisesti. Tulevina alan ammattilaisina meitä kiinnosti myös, miten Joutsenmerkin hankkiminen vaikuttaisi hotellin toimintaan tulevaisuudessa.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja aikataulu

Tämän opinnäytetyön tavoite on edistää ympäristöystävällisyyttä ja kestäväää kehitystä sekä lisätä ympäristöasioiden arvostusta ja huomioon ottamista majoitusalaalla toimivissa yrityksissä. Tavoitteemme kohdealue on erityisesti Lahti ja lähiseudun majoitusyritykset, sillä Scandic Vierumäen Joutsenmerkkiä lukuun ottamatta alueella ei ole ainakaan näkyvästi juurikaan kiinnitetty huomiota kestäväään kehitykseen tai ympäristöasioihin.

Toinen ja varsin konkreettinen tavoite on Joutsenmerkin hakuprosessin onnistunut toteuttaminen ja seurauksena prosessista tavoitteena on lopuksi Joutsenmerkin saaminen Lahden Scandic hotellille. Scandicin esimerkin innoittamana muutkin lahtelaiset ja Lahden alueella toimivat majoitusyritykset voisivat kenties panostaa toiminnassaan ympäristöystävällisyyteen ja siten edesauttaa kestäväää kehitystä alalla.

Aikataulutimme työtämme sen verran, että ensimmäisessä tapaamisessa helmikuussa 2013 teimme alustavan, hyvin karkean aikataulun Scandic Lahdessa hotellinjohtaja Tomi Saarelaisen ja controller Maija Aaltosen kanssa. Tuolloin arvioimme pelkästään Joutsenmerkin hakemusprosessin kestävän, aloituksesta myöntämiseen asti, noin kolmesta kuukaudesta puoleen vuotta. Tarkkaa aikataulua koko hakemusprosessille on erittäin vaikea määritellä, sillä se riippuu suurilta osin hakemukseen tarvittavien tietojen ja dokumenttien saatavuudesta. Hakemukseen nimittäin tarvitaan liitteinä todella paljon erilaisia hotellin tietoja, ja näiden tietojen hidas saaminen esimerkiksi tavarantoimittajilta viivästyttää koko prosessia, koska ilman tarvittavia liitteitä hakemusta ei voi laittaa eteenpäin Ympäristömerkinnän hyväksyttäväksi ja tarkastettavaksi.

Kokonaisuudessaan, ennen prosessin käynnistämistä ja ensimmäistä käyntiä Scandicissa, arvioimme opinnäytetyömme toiminnallisen ja kirjallisen osan toteutuksen kestävän karkeasti arvioituna yhteensä noin yhdeksän kuukautta. Alkuperäisen suunnitelman mukaan meillä oli tarkoituksena aloittaa opinnäytetyöhön tarvittavan raporttiosan kirjoittaminen ja tietojen keräys samaan aikaan Joutsenmerkkihakemuksen tekemisen ohella.

1.2 Opinnäytetyön rajausta ja rakenne

Työssä ei varsinaisesti ole tutkimusongelmaa, vaan se lähti käyntiin tavoitteista. Työn viitekehys muotoutuu hyvin pitkälti Joutsenmerkin kriteerien pohjalta. Joutsenmerkki on ympäristömerkki, joten keskitymme ekologisuuteen. Opinnäytetyöntyön ulkopuolelle on rajattu kestävän kehityksen sosiaalinen sekä kulttuurinen ulottuvuus. Termit kuitenkin avataan työssä lyhyesti, koska ne liittyvät oleellisesti osana kestävään kehitykseen. Emme käsittele työssämme myöskään majoitustoimintaa itseään, koska halusimme nimenomaan keskittyä majoitustoiminnan aiheuttamiin ympäristövaikutuksiin.

Opinnäytetyön kirjallinen osuus koostuu kahdesta osasta. Ensimmäisessä, eli teoriaosassa käsitellään yleisellä tasolla kestävää kehitystä osana yritysten

toimintaa sekä esitellään hyvin lyhyesti yrityksen erilaisia vastuualueita kestävän kehityksen edistämiseksi. Opinnäytetyön toiminnallisessa osassa keskitymme näistä vastuualueista vain ekologiseen ulottuvuuteen. Kestävän kehityksen teeman ja opinnäytetyön tavoitteiden mukaisesti teoriaosassa esitellään myös kaksi Suomessa hotelleille haettavissa olevaa virallista ympäristömerkkiä; pohjoismainen ympäristömerkki Joutsenmerkki ja EU-ympäristömerkki, eli tutummin EU-kukka.

Opinnäytetyön toisessa osassa, eli toiminnallisessa osassa, lähestymistapana on toimintatutkimus ja menetelminä laadulliset tutkimusmenetelmät: havainnointi ja haastattelut. Hallitsevia teemoja osiossa ovat ympäristöystävällisyys, kestävä kehitys ja yrityksen ekologinen vastuu. Esittelemme opinnäytetyömme toimeksiantajan ja Scandic Lahdelle tehdyn Joutsenmerkin hakuprosessin toteutuksen myötä kerromme tarkemmin Joutsenmerkin hakemisesta hotellille ja siihen vaadittavista kriteereistä, toimenpiteistä ja dokumenteista. Hakuprosessi koostuu tiedonhankinta-, täyttö-, tarkastus- ja myöntämisvaiheista, jotka kukin on esitelty työssämme.

2 KESTÄVÄ KEHITYS

Kestävän kehityksen määritelmä on otettu kansainvälisesti käyttöön 1980-luvun loppupuolella, kun Yhdistyneiden kansakuntien alaisuudessa toimiva ympäristön ja kehityksen maailmankomissio julkaisi raporttinsa ”Yhteinen tulevaisuutemme”. Tämän raportin julkaissutta komissiota kutsutaan yleisesti myös Brundtlandin komissioksi, sitä johtaneen Norjan pääministerin Gro Harlem Brundtlandin mukaan. (Ulkoasiainministeriö 2014.) Raportissa käsiteltiin ihmiskunnan tulevaisuutta ja sen liitteenä oli ehdotus ympäristönsuojelun ja kestävän kehityksen periaatteista (Hemmi 2005, 75).

Yleisesti ottaen tänä päivänä kestävä kehitys tarkoittaa kehitystä, joka täyttää ihmisten kaikki tämän hetkiset tarpeet ja pyrkii edesauttamaan myös tulevaisuuden sukupolvia niin, että ne pystyisivät elämään vähintäänkin samankaltaisissa olosuhteissa. Maiden, valtioiden ja kuntien sitoutuessa tähän asiaan on kestävän kehityksen politiikasta kasvanut erittäin monipuolinen ja yhä vain kattavampi kokonaisuus, jossa päätöksenteossa ja toiminnassa on jatkuvasti otettava huomioon niin ympäristö, ihmiset kuin talouskin. Näin ollen kestävän kehityksen määritelmä voidaan jakaa erilaisiin ulottuvuuksiin näiden edellä mainitun kolmen eri osa-alueen mukaan ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuuseen. (Ympäristöministeriö 2013.)

Ekologinen vastuu pohjautuu vahvasti luontoon ja ympäristöön. Ulottuvuuden huomioon ottamisessa ja päällimmäisenä tavoitteena on luonnon monimuotoisuuden ja ekosysteemin sekä kaikkien mahdollisten luonnossa elävien lajien olemassaolon säilyttäminen ja turvaaminen. Ekologiseen vastuuseen liittyy myös vahvasti uusiutuvien ja erityisesti uusiutumattomien luonnonvarojen harkittu käyttö, pyrkimys ratkaista jo olemassa olevat ympäristöongelmat sekä uusien ympäristöongelmien muodostumisen ennalta ehkäisy. (Rohweder 2004, 15.)

Sosiaalinen vastuu tarkoittaa pääpiirteittäin ihmiskunnan ja ihmisten hyvinvointia. Perimmäisenä pyrkimyksenä on siis saavuttaa kaikille maailman ihmisille tasa-

arvoinen, oikeudenmukainen ja turvallinen elinympäristö, huolimatta asuinpaikasta ja varallisuudesta. Sosiaaliseen vastuuseen sisältyy tämän pyrkimyksen seurauksena tietysti myös kulttuurinen kestävyys, joka tarkoittaa maailman eri kulttuurien moninaisuuden ja erilaisuuden säilyttämistä. (Rohweder 2004, 15-16.)

Taloudellisessa vastuussa taasen on otettava huomioon talouden lisäksi myös sekä ympäristö että sosiaaliset näkökohdat, koska ei ole mahdollista saavuttaa ulottuvuuden edellyttämää tasapainoista talouskasvua, joka ei pitkänkään ajan kuluttua johda ylitsepääsemättömään velkaantumiseen. Todellisia haasteita kestäväälle taloudelle yhteiskunnassa tuovat nykypäivänä jatkuvasti kasvavat, ikääntyvästä väestöstä aiheutuvat kulut. (Rohweder 2004, 15-16.)

2.1 Kestävä kehitys matkailussa

Yleisesti ottaen kestävä kehitys matkailussa tarkoittaa sitä, että kaikkien sidosryhmien toiminnan ohessa pyritään vähentämään mahdollisimman paljon matkailusta ympäristölle aiheutuvia vaikutuksia. Tämä onnistuu kaikkein parhaiten, kun matkailuyrityksissä laaditaan toimintaa koskevia strategioita ja suunnitelmia ennaltaehkäisemään ympäristövaikutusten syntyä. (Hemmi 2005, 81.) Näiden strategioiden päämääriä ovat esimerkiksi ekologinen rakentaminen, matkailualueen luonnonmukaisuuden säilyttäminen, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö sekä henkilökunnan kouluttaminen ympäristöasiat osaavaksi (Hemmi 2005, 83).

Kestävän kehityksen näkökulmasta matkailuun liittyy paljon ympäristöön ulottuvia epäkohtia. Matkailu lisää liikenteen aiheuttamia päästöjä ja ilmansaasteita, sekä yleistä tuotettua jätteen määrää. Matkailukohteen suosio saa aikaan matkailualueen kasvattamisen ja mahdolliset rakennustyöt, sekä niistä edelleen syntyvät rakennusjätteet, jotka vastaavasti kasvattavat jäteongelmia entisestään sekä aiheuttavat ympäristöongelmia. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi & Matero 2005, 264.) Matkailu on lähes mahdotonta toteuttaa ilman, että se

jollakin lailla vaikuttaa ympäristöönsä, sillä aina siitä jää jonkinlaiset jäljet. Mitä suosittu kohde, sitä enemmän peittyä alleen varsinkin luonnon alkuperäinen alueen olotila.

Koska kaikki matkailupalvelut ovat lähtöisin matkailijoiden tarpeesta, kansalaisten tulisi saada lisää tietoa varsinkin matkailun aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Tietoisuus olisi erittäin tärkeää, sillä kuluttajat voivat omilla kulutustottumuksillaan ja valinnoillaan vaikuttaa matkailutoimintojen ja matkailupalveluiden ekologisuuteen. (Brännare ym. 2005, 264.) Onneksi kuitenkin myös matkailun globalisaatio ja sitä kautta ihmisten ympäristötietoisuuden lisääntyminen sekä laajat informaatioverkostot pikkuhiljaa pakottavat matkailun alan sopeutumaan koko ajan uudistuvaan ja selkeästi ympäristötietoisempaan toimintaan. (Hemmi 2005, 110.)

Matkailun ala kehittyikin koko ajan siihen suuntaan, että yhä suuremmissa määrin matkailuyritysten toimintaan liittyy tavalla tai toisella ympäristömerkkien lisäksi jonkinasteisia ympäristöjärjestelmiä, esimerkiksi laadun parantamiseen tai sertifiointiin liittyen. Ympäristöjärjestelmään osallistuvalla yrityksellä voi olla mahdollisuus saada oikeus ympäristömerkin käyttöön, tai merkin edellytyksenä on osallistuminen ympäristöjärjestelmään. (Hemmi 2005, 145.)

2.2 Kestävää kehitystä edistävä matkailuyritys

Kestävän kehityksen huomioon ottava matkailuyritys kohdistaa arvonsa ja toimintansa tukemaan ympäristöä ja sen säilyvyyttä pitkälle tulevaisuuteen. Ekologisuus on tänä päivänä matkailualan yrityksellekin oiva kilpailuvaltti, minkä vuoksi siitä kiinnostuvat myös ne yritykset, jotka muuten eivät välttämättä huomioi ympäristöä omissa valinnoissaan. (Brännare ym. 2005, 264.) Tämä kiinnostuminen on pikkuhiljaa aiheuttanut sen, että tällä hetkellä yritystoiminnan perusajatuksena on pitkällä tähtäimellä katsottuna ajatus, jonka mukaan ympäristöasioihin panostaminen tuo yritykselle kilpailuedun lisäksi myös arvoa ja

kustannussäästöjä, vaikka alussa rahaa voi kulua investointeihin paljonkin. (Hemmi 2005, 110.)

Matkailuyrityksissä on lisäksi havaittu, että ympäristöasiat huomioon ottavassa yrityksessä, ympäristön tilan kohentumisen lisäksi myös yrityksen palvelun laatu, sekä sitä kautta myös asiakkaiden viihtyvyys yrityksessä on parantunut verrattuna aiempaan (Hemmi 2005, 110). Ympäristöosaaminen onkin tänä päivänä yksi osa työntekijän ammattitaitoa, ja ekologisuudesta innostuminen henkilökunnan keskuudessa voi saada aikaan luovuutta, josta on mahdollisuus syntyä keksintöjä ympäristöystävällisyyden ja sitä kautta myös yrityksen kilpailuedun lisäämiseksi. (Brännare ym. 2005, 266-268.)

Matkailuyrityksen ekologisuus näkyy kuluttajalle ensiksi ja selvimmin siinä, millaisia valintoja yrityksessä on tehty rakentamisen ja sisustuksen suhteen. Erityisesti lämpö-, vesi-, ja ilmajärjestelmiin tulisi kiinnittää huomiota, koska ne vaikuttavat suurelta osin yrityksen energiatehokkuuteen. (Brännare ym. 2005, 268-269.) Majoitusyrityksessä ja sen ravintolatoiminnassa kuluu todella suuri määrä energiaa lämmitykseen, valaistukseen sekä tekniikan ylläpitämiseen, minkä vuoksi energiaa myyviä yrityksiä kannattaa aina kilpailuttaa. Kannattavan energiasopimuksen lisäksi majoitusyrityksessä tulisi kiinnittää huomiota myös yleisesti energiaa säästäviin tekijöihin ja toimiin, joita ovat muun muassa lämpöä säästävät ikkunat, sisälämpötilan laskeminen, erilaiset lämmön talteenottojärjestelmät sekä energiaa säästävä valaisu esimerkiksi liikkeen tunnistavien valaisimien avulla. (Brännare ym. 2005, 270-271.)

Majoitusyrityksen lämmitykseen kannattaa kiinnittää huomiota erityisesti talvisaikaan, sillä se syö paljon energiaa. Lämmitysenergian säästäminen on helppoa, nimittäin jo yhden asteen sisälämpötilan alennus tuo noin 5 prosentin energiasäästön. Käyttöasteen ollessa vähäinen kannattaa majoittajat sijoittaa samoihin kerroksiin, jolloin käyttämättömien tilojen lämpötilaa voidaan madaltaa huomattavasti. (Brännare ym. 2005, 270-271.)

Kolmasosa lämmönkulutuksesta uppoo käyttöveden lämmitykseen. Opastamalla henkilöstöä kuluttamaan vähemmän lämmintä vettä ja madaltamalla käytettävän

veden lämpötilaa saadaan aikaan säästöjä. Hotellihuoneissa säätösuihkut auttavat vähentämään veden kulutusta. Harvassa hotellissa on puusaunoja, ja sähkökiukaan lämmitys kuluttaa tunnetusti paljon energiaa. Energiaa säästettäessä tärkeää on, että kiukaita ei laiteta päälle liian aikaisin ja ne kytketään pois päältä jo saunomisen aikana. Näin vältetään saunojen turhaa lämmitystä. (Brännare ym. 2005, 270-271.)

Seuraavaksi mainittakoon hotellin yksittäisten osastojen kestävä kehityksen mukaisten energiasäästöjen esimerkkejä. Esimerkiksi hotellin keittiössä kiertoilmauuni kuluttaa sähköä 15 prosenttia vähemmän kuin perinteinen uuni. Muita energiaa säästäviä tekijöitä keittiössä ovat esimerkiksi kannen käyttäminen ja jälki- sekä esilämmön hyödyntäminen. Hotellissa käytettävien liinavaatteiden kohdalla taas tulisi pohtia, tuleeko ekologisemmaksi pestä ne paikan päällä, jolloin säästyy kuljetuksilta, vai laitospesulassa, jossa voidaan pestä kerralla suuria määriä täysin koneellisin. Viimeisenä esimerkkinä on sauna. Harvoissa hotelleissa on puusauna, joka olisi tietenkin energiansäästön kannalta paras vaihtoehto. Sähkösaunankin avulla voidaan kuitenkin tehdä säästöjä, kun asennetaan sähkökiuas niin, että se on päällä vain tarvittaessa, siis tarveohjattu. (Brännare ym. 2005, 270-271.)

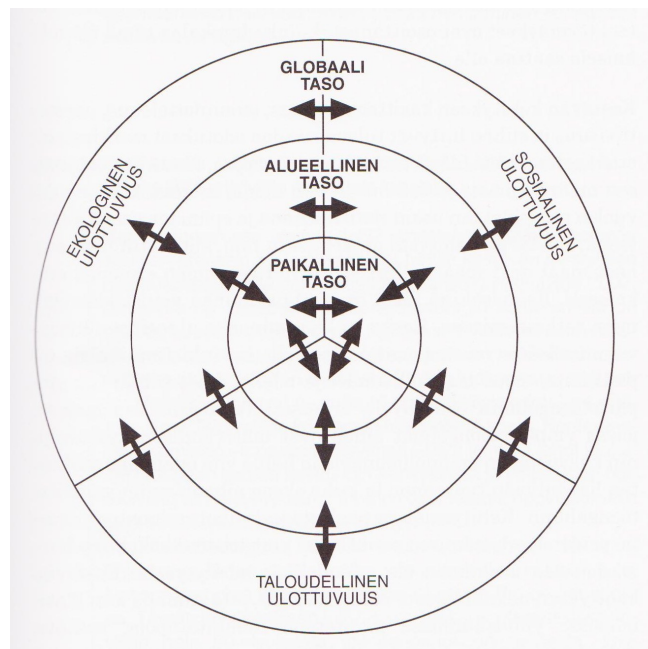
Majoitusyrityksen materiaalivalinnoissa tulee ottaa huomioon, ovatko käytetyt materiaalit luontoystävällisiä ja paikallisista raaka-aineista tuotettuja. Myös se tulee ottaa huomioon, minkälaisia ympäristövaikutuksia itse materiaalin valmistuksesta on syntynyt. Suomalainen puu olisi sen ekologisten ja toiminnallisten ominaisuuksiensa vuoksi erittäin hyvä rakennusmateriaali, mutta valitettavan monet hotellit ja kylpylät on kuitenkin rakennettu pääasiassa betonielementeistä. Niiden helppouden lisäksi puun käytön välttäminen rakentamisessa johtuu usein betonirakennuksen paremmasta paloturvallisuudesta. (Brännare ym. 2005, 268-269.)

Myös kestävä kehitys tukevan hotellin sisustuksessa kotimainen puu on loistava raaka-aine juurikin sen monimuotoisuuden takia; puu taipuu moneen eri käyttötarkoitukseen ja muotoon. Lattiamateriaaliksi se soveltuu parketin tai

laudan muodossa. Toinen hyvä vaihtoehto lattioihin ovat esimerkiksi erilaiset Suomen luonnosta saatavat kivet, kuten marmori ja graniitti. Ekologisuuden ohella luonnonmateriaalien käyttö lisää matkailuyrityksen viehätys-, ja vetovoimaa sekä tuo tiloihin tiettyä kotoisuuden tuntua. (Brännare ym. 2005, 268-269.)

2.3 Yrityksen vastuu kestävästä kehityksestä

Kuten kestävässä kehityksessä yleisestikin, myös yrityksillä on samat vastuualueet (Kuvio 1). Yritystoiminnassa ympäristövastuullisuus on pyrkimys toiminnasta aiheutuvien ympäristövaikutusten minimointiin sekä lakisääteisen ympäristönsuojelutason ylittämiseen. Sosiaalinen vastuu taas tarkoittaa henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin, sekä sitä kautta myös lähiyhteisön hyvinvoinnin edistämistä. Taloudellinen vastuu sisältää edellä mainittujen alueiden lisäksi liiketoiminnan perustekijät, kuten kilpailukykyisyyden ja sitä kautta tehokkuuden sekä kannattavuuden. (Hemmi 2005, 114.)



Kuvio 1. Kestävän kehityksen ulottuvuudet ja tasot (Rohweder 2004, 17)

Vastuullinen, kestävän kehityksen mukainen yritystoiminta sisältää aiemmin mainittujen ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisen vastuun lisäksi vastuun myös paikalliseen, alueelliseen ja maailmanlaajuiseen kestävästä kehityksestä. Yrityksen toiminnassa nämä kaikki vastuualueet liittyvät ja vaikuttavat toisiinsa. Lisäksi yrityksen toimintaan vaikuttavat kaikki sen sidosryhmät. Yrityksen tulisikin toimia aktiivisessa vuorovaikutuksessa koko toimintaympäristönsä kanssa, sillä niin kuin yrityksen päätökset muokkaavat ympäristöä, vastaavasti myös toimintaympäristössä tapahtuvat muutokset voivat muokata yrityksen toimintaa. (Rohweder 2004, 31.)

Nykypäivänä yrityksillä on yhä enemmän toinen toisiltaan kestävän kehityksen mukaista laatua edellyttäviä yhteistyökumppaneita ja alihankkijoita, joiden ansiosta yritys joutuu miettimään omaa toimintaansa kestävän kehityksen näkökulmasta kannattavaksi (Hemmi 2005, 110). Sidosryhmien velvoittamia asioita voivat olla muun muassa yrityksen toiminnasta aiheutuvien ympäristövaikutusten kartoittaminen aina alihankkijoita myöden, ympäristöosaamisen vaatiminen henkilökunnalta sekä yrityksen julkinen lupaus sitoutua jollakin tietyllä tasolla ympäristönsuojelun parantamiseen. (Hemmi 2005, 114.)

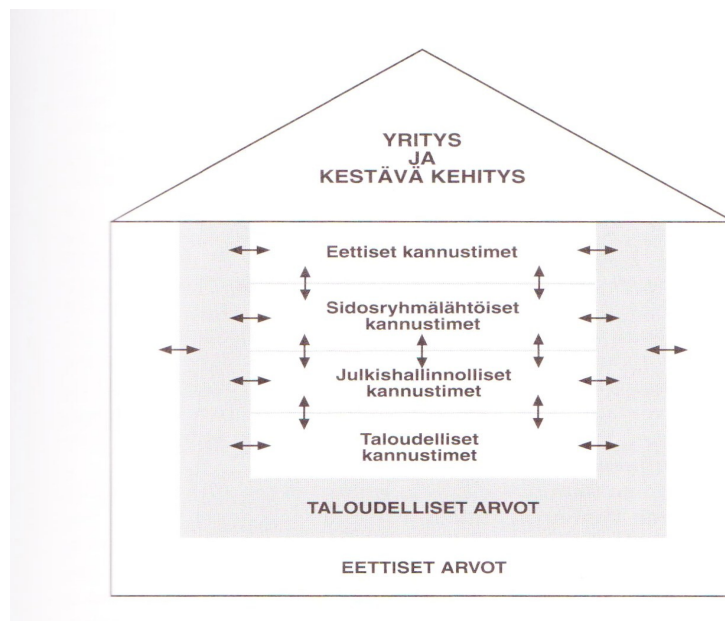
Koska kestävä kehitys näyttää suuntaa maailman tulevaisuudelle, on sen hyväksi toimivan yrityksen siis tosissaan sitouduttava toimimaan kestävästä kehityksestä edistävästi. Tämä tarkoittaa, että yrityksen kaikki tämän hetkinen toiminta on toteutettava mahdollisimman paljon luontoa säästäen, ihmiskunnan hyvinvointia tukien ja taloudellisesti kannattavasti pitkälläkin tähtäimellä katsottuna. (Rohweder 2004, 16.)

Haastavaa tästä yrityksen kestävän kehityksen mukaisesta toiminnasta tekee se, että kestävän kehityksen vaatimukset kehittyvät koko ajan entistä tiukempaan suuntaan. Kaikilla yrityksillä tuskin on riittäviä resursseja tai tarpeeksi tahtoa pysyä kehityksen mukana, sillä siinä pysyminen vaatii jatkuvia, aktiivisesti kehitettäviä toimenpiteitä asian hyväksi. Kehittymisen lisäksi ja käytännön

toimien ohella tässä kohtaa mukaan tulevat myös yrityksen moraalisen vastuun rajat, jotka ovat hieman epäselviä ja herättävät kysymyksiä niin yrityksissä kuin kuluttajissakin. On nimittäin hyvin hankala määritellä, milloin yritys toimii vastuuttomasti ottamalla liian vähän vastuuta ja milloin se ylittää vastuunsa rajat liian paljon vastuunkannolla. (Rohweder 2004, 77.)

2.4 Yrityksen kestävä kehityksen kannustimet

Kestävään kehitykseen osallistuminen tai siihen osallistumatta jättäminen on pohjimmiltaan aina yrityksen tekemä tietoinen ja strateginen valinta, jolle täytyy lähes aina poikkeuksetta löytyä jonkinlainen kannattavuutta parantava ja taloudellinen peruste. Päätämästään strategiasta ja kestävään kehitykseen suhtautumisestaan riippuen yritys ei joko tee asian eteen muuta kuin mitä sen on lain nojalla pakko, tai sitten se toimii asian hyväksi esimerkiksi saavuttaakseen kilpailuedun tai omat eettisyyteen liittyvät tavoitteensa. (Rohweder 2004, 130.) Liian laeilla ja asetuksilla rajoittamisen sijaan yrityksiä tulisikin sen sijaan kannustaa toimimaan kestävä kehitystä edistävasti (Kuvio 2).



Kuvio 2. Yritysvastuun kannustimet (Rohweder 2004, 81)

Kuten edellä mainittiin; koska yritys on kuitenkin aina jonkinasteista voittoa tavoitteleva toimija, paras kannustin olisi selkeä, kestävän kehityksen edistämistä johtuva taloudellinen hyöty. Tämä tarkoittaa käytännössä yrityksen tuotteiden tai palveluiden kysynnän ja sitä kautta myös niiden menekin kasvua. Esimerkiksi elintarvikealalla tämä taloudellinen kannustin toteutuu luomuelintarvikkeiden osalta, sillä kun kuluttajat haluavat yhä useammin ostaa tarvittavat elintarvikkeensa luomuna, on yrityksen kannattavaa myös yhä enemmän tuottaa niitä. (Rohweder 2004, 82.)

Kestävän kehityksen toteuttamisen aluksi ja avuksi julkishallinnollinen kannustin eli valtio on yksinkertaisesti, pitkälti lainsäädännön ja asetusten avulla toteuttanut kaikki tähänastiset Suomen kestävän kehityksen edistämiseen liittyvät toimenpiteet. Ympäristötietoisuuden yleistyttyä valtio toteuttaa kestävän kehityksen edistämiseksi tällä hetkellä enemmän informatiivista kannustusta, eli toisin sanoen kehottaa yrityksiä aktiiviseen, oma-aloitteiseen ja vapaaehtoiseen toimintaan. Sillä on huomattu, että yrityksen sidosryhmät, sisältäen yritysasiakkaat, kuluttajat ja erilaiset järjestöt, ovat yhä enemmän kiinnostuneita yrityksen vastuullisesta toiminnasta. (Rohweder 2004, 84.)

Nykypäivänä erilaiset sidosryhmien väliset sosiaaliset tiedonvälityskanavat ovatkin eittämättä paras markkinointiväylä sekä yritykselle itselleen, että sen tuotteille. Vastaavasti kuluttajille ne ovat tiedonhankintaväylä ja mahdollisuus ilmaista oma mielipiteensä yrityksen toiminnasta ja tuotteista, sekä puuttua mahdollisiin epäkohtiin. Yrityksen kehuminen sosiaalisessa mediassa toimii tänä päivänä suorana yrityksen markkinointina, joka tavoittaa useita ihmisiä kerralla. Tämän seurauksena yritykset pitävätkin vastuullista toimintaa kilpailuetuna ja taloudellisesti kannattavana, joten ne kehittävät toimintaansa yhä enemmän vastaamaan sidosryhmiensä vaatimuksia ja tarpeita. (Rohweder 2004, 87.)

Eettiset kannustimet saavuttavat yrityksissä entistä enemmän hyväksyntää, yhteiskunnan tiukemmaksi muuttuvan ympäristömoraalin ansiosta. Taloudellisen

toiminnan ohella ja eettisten arvojen mukaan toimiva yritys ajattelee muutakin kuin suurinta mahdollista rahallista hyötyä ja voittoa. Yritys voikin nykyään pyrkiä esimerkiksi vaikuttamaan suoraan kuluttajien ympäristömoraalisiin käsityksiin tukemalla avoimesti ja julkisesti jotakin selkeästi luonnonsuojelun piiriin kuuluvaa projektia, kuten Itämeren suojelua tai sademetsien hakkuun estämistä. (Rohweder 2004, 87-89.)

Yrityksen omistajat, johtajat, työntekijät, sidosryhmät ja toimintaympäristö, sekä kaikkien näiden vuorovaikutus keskenään kuitenkin suurelta osin määrittävät sen, missä mittakaavassa kestävä kehitys ja sitä edistäviä toimenpiteitä yrityksessä toteutetaan (Rohweder 2004, 88). Edellä mainittujen yritysten kestävä kehityksen kannustimien pohjalta voidaan kuitenkin melko varmasti todeta, että vastuun ottamisen ja toiminnan vapaaehtoisuus tuottaa todennäköisimmin parhaita tuloksia kestävä kehityksen ja ympäristön hyväksi huolimatta siitä, että valtion määrittämien lait ja asetukset tietenkin näyttävät vahvan suunnan ja ohjaavat hyvin selkeästi yritystä toimimaan kestävä kehitystä edistävästi.

3 YMPÄRISTÖMERKIT

Olemme huomanneet, että ihmiset ovat koko ajan entistä tietoisempia ympäristöasioista, ja sen johdosta selvästi kuluttavatkin jonkin verran vastuullisemmin kuin aiemmin. Näin voi sanoa ainakin sen perusteella, että erilaiset ympäristömerkityt tuotteet sekä luomutuotteet valtaavat tilaa kauppojen hyllyillä, ja lähes kaikille tuotteille näyttää jo olevan olemassa jollain tavalla ympäristömerkitty, ympäristön kannalta parempi vaihtoehto. Hyvä näin, sillä on uskottava, että vaatimalla ja käyttämällä ympäristömerkittyjä tuotteita ja palveluita, kuluttajat voivat käyttäytymisellä ja ostopäätöksillään vaikuttaa siihen, kuinka paljon ympäristömerkittyjä tuotteita kauppojen hyllyillä on saatavilla. Nimittäin luulisi, että mitä enemmän ympäristömerkittyjen tuotteiden ja palveluiden menekki kasvaa, sen innokkaampia ovat varmasti myös valmistajat tuottamaan ja toimittamaan niitä markkinoille.

Tuotteelle tai palvelulle myönnetyn ympäristömerkin tarkoituksena on kertoa asiakkaalle ja ostajalle se, että kyseessä oleva tuote tai palvelu aiheuttaa todistetusti paljon vähemmän ympäristölle haitallisia vaikutuksia kuin samanlainen, mutta merkitsemätön tuote. Merkin päällimmäisenä tavoitteena on aina ympäristönsuojelu ja sitä kautta kestävän kehityksen edistäminen. Merkin avulla pyritään myös vaikuttamaan kuluttajien ostopäätökseen ja lisäämään heidän kiinnostustaan ja tietoisuuttaan tuotteiden aiheuttamista ympäristövaikutuksista, ilman että heidän tarvitsee erikseen perehtyä tietyn tuotteen tai palvelun ympäristökuormitukseen. Yritykset taas käyttävät ympäristömerkkiä hyväksi tuotteidensa tai palveluidensa markkinoinnissa kuluttajille. Merkin tarkoituksena on antaa yrityksestä positiivinen kuva ja kertoa sen tuotteiden luotettavuudesta, joten merkin tunnettavuudella on iso rooli. (Hemmi 2005, 144.)

3.1 Elinkaariajattelusta

Tällä hetkellä ympäristöystävällisyys ja ympäristömerkityt tuotteet tai palvelut alkavat siis olla yksi suurimmista ja parhaimmista yritysten myyntivalteista sekä kilpailueduista. Tämän johdosta tarjolla olevista tuotteista ja palveluista löytyykin päivä päivältä yhä enemmän kaikenlaisia, erilaisia ympäristöväittämiä ja ympäristömerkkejä, jotka kertovat esimerkiksi luonnonmukaisesti tuotetuista raaka-aineista tai tuotteen kierrättämiskelpoisuudesta. Totuus on kuitenkin se, että useimmat näistä merkeistä ovat kuitenkin niin sanottuja 'yhden asian merkkejä', eivätkä silloin kerro aivan tarkkaa totuutta kyseisen tuotteen koko elinajan aikaisista vaikutuksista ympäristöön. (Motiva Services Oy, 2014a.)

Yritysten ulkoistaessa tuotantoaan ja toimintojaan entistä enemmän ulkomaille, tuotantoketjun kokonaishallintaan perustuva elinkaariajattelu tulee olemaan aina vain tärkeämmässä osassa mietittäessä ympäristön kannalta parhaita ratkaisuja. Elinkaariajattelussa huomiota kiinnitetään tuotteiden valmistuksesta ja käytöstä aiheutuvaan ympäristökuormitukseen ja pyritään pienentämään sitä, samoin kuin pyritään pienentämään myös tuotteiden materiaalinkäyttöä. (Rohweder 2004, 181).

Tunnetuimmat ja viralliset Suomessa käytössä olevat elinkaariajatteluun perustuvat ympäristömerkit, jotka perustuvat edellä mainittuun elinkaariajatteluun ovat Pohjoismaainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki ja EU-ympäristömerkki eli EU-kukka. Molemmat merkit on saatavissa kymmenille eri tuoteryhmille, kuten paperitarvikkeille, pesuaineille, ja tekstiileille. Niillä on olemassa kriteerit myös joillekin matkailuyritystyypeille. Merkeille yhteistä on se, että kumpaakin varten määritellään ensin tietty tuoteryhmä, jolle merkki on mahdollista myöntää. Merkit ovat vapaaehtoisesti haettavia, maksullisia ja voimassa tietyn määräajan. Seuraavassa osiossa perehdytäänkin hieman näihin kahteen ympäristömerkkiin.

3.2 Joutsenmerkki

Joutsenmerkki on perustettu vuonna 1989 (Kuva 1). Se on maksullinen, yritykselle tai sen palvelulle tai tuotteelle täysin vapaaehtoisesti haettavissa oleva, Pohjoismaainen ympäristömerkki, jonka tarkoituksena on edistää kestävästä kehitystä. Merkin pääasiallisena tavoitteena on estää ja ennaltaehkäistä erilaisista tuotteista, palveluista ja niiden käytöstä aiheutuvia negatiivisia ympäristövaikutuksia. Joutsenmerkin avulla kuluttajia pyritään saada suosimaan aina ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja. Merkin avulla myös yrityksiä, palveluntarjoajia ja valmistajia kannustetaan toimimaan ympäristön kannalta paremmaksi havaitulla tavalla. (Motiva Services Oy, 2014c.)



Kuva 1: Joutsenmerkki (Motiva Services Oy, 2014k)

Suomessa Joutsenmerkin myöntää Ympäristömerkintä – Motiva Services Oy. Se myös valvoo merkkiä käyttäviä tahoja ja tarkastaa, että niiden tarjoama tuote tai palvelu täyttää Joutsenmerkin vaatimat kriteerit. Nämä merkkiin tarvittavat vaatimukset, kuten itse merkkikin, ovat aina määräaikaaisia. Tämä johtuu siitä, että Joutsenmerkin vaatimuksia tiukennetaan ja päivitetään yleensä noin 3-5 vuoden välein. Päivityksen tiheys riippuu tekniikan kehityksestä, uudistuvasta ja päivittyvästä ympäristötiedosta sekä muuttuvasta lainsäädännöstä ja vallitsevasta markkinatilanteesta. Vaatimusten päivittyessä yrityksen tuotteen tai palvelun tulee

hakea Joutsenmerkkiä uudestaan, sillä uudesta päivityksestä johtuen se ei enää välttämättä täysin täytäkään Joutsenmerkkiin vaadittavia kriteerejä. Kriteerien tiukentumisen ja päivityksen vuoksi joutsenmerkityt tuotteet saattavat vaihdella. (Motiva Services Oy 2014d.)

3.2.1 Joutsenmerkityt tuotteet ja palvelut

Joutsenmerkki antaa kuluttajalle takeen siitä, että kyseessä oleva ja merkin saanut tuote tai palvelu kuormittaa selvästi vähemmän ympäristöä kuin muut saman kategorian tuotteet, sillä sen vapaaehtoisuuden takia merkille voidaan asettaa suurempia tavoitteita vaatimuksia ympäristön suhteen, kuin mitä valtion määräämät asetukset ja lait edellyttäisivät. Joutsenmerkityn tuotteen tai palvelun ympäristövaikutukset on kattavasti huomioitu ja minimoitu mahdollisimman vähäisiksi koko elinkaarensa ajalta. Huomioon on otettu kaikki valmistukseen käytettävät raaka-aineet, tuotteen tuotannosta ja kuluttajan käytöstä ympäristölle aiheutuvat ja siihen vaikuttavat asiat, sekä tuotteen käytön jälkeen jäljelle jäävät mahdolliset jätteet, niiden edelleen kierrätyksen ja käsittelyn. (Motiva Services Oy 2014a.)

Joutsenmerkin ympäristöystävällisyyteen ja laadukkuuteen voi huoletta luottaa, sillä Joutsenmerkin vaatimusten ja kriteerien toteutumisen tarkastaa säännöllisin väliajoin jokin puolueeton taho. Joutsenmerkkiä hakevasta tuotteesta tai palvelusta testataan aina myös sen toimivuus ja kestävyys, jotta voidaan rehellisesti todeta, ettei se häviä ei-merkityille tuotteille. (Motiva Services Oy 2014d.) Tällä hetkellä pääosassa olevien ympäristökriteerien ohella Joutsenmerkkiin tullaan tulevaisuudessa liittämään myös muita selkeitä kestävän kehityksen kriteerejä. Joutsenmerkin kattava tunnettavuus ja suuri markkinaosuus edesauttaa myös muiden ympäristömerkkien myöntämiskriteerien tiukentumista. (Taloustutkimus Oy 2014.)

Joutsenmerkin tämän hetkinen saavutettavissa oleva tavoite ja visio on olla yksi varteen otettavimmista vaihtoehdoista tuotteiden ja palveluiden

ympäristövaikutukset tiedostaville kuluttajille, joiden valintojen vaikutuksesta myös yritykset pitävät ympäristöä entistä uskottavampana kilpailuvaltina. (Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2014). Tähän asti saavuttamansa uskottavuutensa ja luotettavuutensa ansiosta Joutsenmerkki onkin viimeisimmän bränditutkimuksen mukaan hienosti viiden Suomen arvostetuimman brändin joukossa (Taloustutkimus Oy, 2014). Hyvästä tunnettavuudesta huolimatta Joutsenmerkkiä käyttävien yritysten on kuitenkin muistettava ja otettava huomioon, että merkki on tunnettu pääosin nimenomaan vain Pohjoismaissa (Hemmi 2005, 145).

3.2.2 Joutsenmerkin kriteerit

Joutsenmerkittyjen tuotteiden ja palveluiden on täytettävä vaativat, pääosin ympäristöä ja sen hyvinvointia koskevat kriteerit, jotka sisältävät vaatimuksia niin laadun, turvallisuuden kuin terveydenkin, ja ennen kaikkea tuotteen elinkaariajattelun suhteen. Tuotteen tai palvelun täytyy ottaa huomioon sen jokaisesta käytön vaiheesta aiheutuvat ympäristövaikutukset koko sen elinkaaren ajalta. Kriteerit ovat erittäin tiukkoja sillä ne yritetään asettaa siten, että enintään 20-30% kunkin tuoteryhmän tuotteista tai palveluista voi saada Joutsenmerkin itselleen. (Motiva Services Oy, 2014d.)

Tällä hetkellä kriteerit on myönnetty ja ovat olemassa yli 60 eri tuoteryhmälle. Kaikki uusien tuoteryhmien ehdotukset testataan ennen kriteerien määrittystä varta vasten Pohjoismaista ympäristömerkintää varten kehitetyllä, niin sanotulla RPS -menettelyllä. Kyseisen menettelyn määritelmässä ensimmäinen kirjain R tarkoittaa relevanssia, eli sen avulla pohditaan liittyykö ehdotettuun tuoteryhmään jonkinasteinen ympäristöongelma ja jos liittyy, niin minkä suuruinen ongelma on kyseessä. Keskimäinen kirjain P tarkoittaa potentiaalia, jonka mukaan katsotaan voidaanko kyseisen tuoteryhmän mahdolliselle ympäristöongelmalle tehdä jotain. Viimeisenä kirjaimena menettelyn määritelmässä on S, joka tarkoittaa ohjattavuutta ja tulee ruotsinkielisestä sanasta styrbarhet. Ohjattavuus määrittelee

sen, miten hyvin edellisessä vaiheessa todettuun ympäristöongelmaan voidaan puuttua ympäristömerkin avulla. Kun kaikki edellä mainitut kolme menettelyn parametria täyttyvät, voi Joutsenmerkki sen jälkeen laatia tuoteryhmää varten kriteerit. (Motiva Services Oy, 2014b.)

3.3 EU-ympäristömerkki

Euroopan unionissa päätettiin kehittää vuonna 1992 koko Euroopan laajuinen ympäristöhanke (European commission, 2014d). Tämän ympäristöhankkeen myötä syntyi EU-ympäristömerkki eli EU-kukka (Kuvio 3), jonka tarkoituksena on tukea Euroopan unionin kestävä kehityksen politiikkaa. Merkkiä käytetään yleisesti, ja se on tunnettu kaikissa Euroopan unionin maissa, sekä lisäksi myös Euroopan talousalueen maissa Islannissa, Norjassa, Sveitsissä ja Liechtensteinissa. Kaikilla käyttöalueeseen kuuluvilla mailla on oma merkkiä kontrolloiva organisaationsa, joka myöntää merkin ja valvoo sen kriteerien toteutumista. Suomessa EU-ympäristömerkkiä Joutsenmerkin ohella valvoo Ympäristömerkintä – Motiva Services Oy. (Motiva Services Oy, 2014e.)



Kuvio 3. EU-ympäristömerkki eli EU-kukka (Motiva Services Oy, 2014e)

EU-ympäristömerkkihankkeen tarkoituksena on yksinkertaisesti suojella maailman ympäristöä ja sen monimuotoisuutta. EU-ympäristömerkki on Euroopan unionin avoin ja julkinen hanke, jotta kuluttajat voisivat varmasti luottaa sen aitouteen. Kuten Joutsenmerkkikin, EU-ympäristömerkki on

vapaaehtoisesti haettava merkki, jonka saaminen tuotteelle tai palvelulle perustuu elinkaariajatteluun, joka pitää sisällään kaiken aina raaka-aineesta jätteisiin. (European commission, 2014a.)

3.3.1 EU-ympäristömerkityt tuotteet ja palvelut

Ympäristömerkkijärjestelmän tarkoituksena on edistää varsinkin sellaisten tuotteiden ja palveluiden myyntiä, joiden ympäristönsuojelullinen taso on korkea. Ympäristömerkin tehtävä on kertoa kuluttajille, että nämä tuotteet tutkitusti kuormittavat ympäristöä huomattavasti vähemmän. Merkin tarkoitus on myös kertoa, että ne ovat laadultaan aivan yhtä hyviä kuin ympäristömerkittömät tuotteet, eivätkä ole yhtään sen kalliimpia kuin muut saman tuoteryhmän markkinoilla olevat tuotteet. Ympäristömerkin avulla tällaisia ympäristölle parempia vaihtoehtoisia tuotteita tarjoavat yritykset voivat kertoa kuluttajille toimivansa puhtaasti ja luotettavasti ympäristön hyväksi. (Motiva Services Oy, 2014f.)

EU-ympäristömerkki on tähän mennessä myönnetty noin 1500 yritykselle Euroopassa. (Motiva Services Oy, 2014g.) EU-ympäristömerkittyjä tuotteita ja palveluita sen sijaan on yhteensä jo yli 37 000. (European commission, 2014c). Tulevaisuuden tavoitteena EU-ympäristömerkittyjen tuotteiden määrää on tarkoitus kasvattaa usean uuden tuoteryhmän verran. Ympäristömerkkihankkeen tavoitteena on myös saavuttaa yhä suurempi tietoisuus kuluttajien osalta sekä vakaa asema ympäristömerkityissä tuotteissa. (European commission, 2014e.)

3.3.2 EU-ympäristömerkin kriteerit

EU-ympäristömerkin saamiseksi tuotteen tai palvelun tarvitsee täyttää erittäin tiukat ympäristö-, laatu-, ja turvallisuusvaatimukset. Vaatimukset on määritelty niin tiukoiksi, että kustakin tuoteryhmästä vain 10-20% ryhmän tuotteista tai

palveluista on mahdollisuus täyttää ne. (Motiva Services Oy, 2014g.) Kriteerien täyttymisen ja niissä pysymisen tuotteesta tai palvelusta tarkastaa säännöllisesti ulkopuolinen asiantuntija, jolloin saadaan täysi varmuus siitä, että merkin saanut tuote varmasti vastaa myöntämiseen tarvittavia vaatimuksia (European comission, 2014c).

EU-ympäristömerkin kriteerien laadinnassa keskitytään käsiteltävän tuoteryhmän markkinalähtöisyyteen sekä tuotteen tai palvelun elinkaaren keskeisiksi todettuihin ympäristövaikutuksiin. Arvioituja kohteita ovat voivat olla muun muassa kestävän metsätalouden toteutuminen ja energiankulutus. Lisäksi arvioidaan jätteiden ja saasteiden määrä vedessä, ilmassa ja maaperässä. Sen jälkeen tuotteesta testataan luonnollisesti myös sen toimivuus. Tuoteryhmälle myönnettyjen ja asetettujen EU-ympäristömerkin kriteerien voimassaoloaika on kahdesta viiteen vuotta, riippuen markkinatilanteen ja tekniikan kehityksestä. Kehityksen mennessä paljon eteenpäin, on kriteerit päivitettävä, sillä ympäristömerkkijärjestelmän tarkoitus on, että merkityt tuotteet ja palvelut ovat selkeästi aina ympäristön kannalta paras vaihtoehto. (Motiva Services Oy, 2014h.)

Täysin uudelle tuoteryhmälle tehtävä, uusien kriteerien laadintaprosessi kestää yleensä keskimäärin kaksi vuotta eli prosessi on melko pitkä ja työläs. Kriteerejä laadittaessa aletaan siitä, että ympäristöalan asiantuntijatyöryhmät arvioivat ja tutkivat ensiksi tuotteiden kysynnän tason, niiden markkinatilanteen ja käyttökelpoisuuden. Sen jälkeen keskitytään tuotteen ympäristövaikutuksiin ja elinkaareen, joiden tutkimisen ja arvioinnin jälkeen eri sidosryhmien edustajien toimesta vasta tapahtuu varsinainen kriteerien valmistelu Euroopan ympäristölautakunnassa. Kriteerien virallistamiseksi ne on vielä hyväksyttävä Euroopan komissiossa sekä suurimmassa osassa Euroopan Unionin jäsenmaita. Kun nämä molemmat ja viimeiset tahot ovat hyväksyneet palvelulle tai tuotteelle laaditut kriteerit, ne virallistetaan eli julkaistaan Euroopan yhteisöjen virallisessa lehdessä. (European Comission, 2014b.)

4 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on edistää ympäristöystävällisyyttä ja kestäväää kehitystä, sekä ympäristöasioiden arvostusta ja huomioon ottamista majoitusalaalla toimivissa yrityksissä. Kohdealueemme on erityisesti Lahti ja lähiseudun majoitusyritykset, sillä Scandic Vierumäen Joutsenmerkkiä lukuun ottamatta alueella ei ole juurikaan kiinnitetty huomiota kestävään kehitykseen tai ympäristöasioihin.

4.1 Toimeksiantaja Scandic Hotels

Scandic Hotels on Pohjoismaiden suurin hotelliketju 223 hotellillaan, jotka sijaitsevat kahdeksassa maassa; Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Saksassa, Alankomaissa, Belgiassa ja Puolassa. Hotelliketju kasvaa edelleen ja suunnitteilla on tällä hetkellä viisi uutta hotellia. Viimeisimpien tietojen mukaan ruotsalaislähtöinen ketju työllistää yhteensä noin 13 000 henkeä. (Scandic Hotels 2014b.)

Ensimmäinen hotelli avattiin Ruotsin Laxåhon vuonna 1963 Esso Motor Hotel -nimen alla. Tuolloin toiminta-ajatuksena oli perustaa tienvarsihotelleja pääasiallisten matkareittien varsille, kun taas nykyään suurin osa hotelleista sijaitsee keskustoissa. Vuonna 1972 avattiin ensimmäiset hotellit Ruotsin ulkopuolelle ja seuraavana vuonna ketjusta tuli Ruotsin suurin hotelliketju. Nykyinen nimi Scandic Hotels otettiin käyttöön vuonna 1984. Hotelliketju on laajentunut tasaisesti, sillä vuonna 1995 Scandic osti ruotsalaisen Reso Hotels -ketjun, vuonna 1998 suomalaisen Arctian ja vuonna 2000 ruotsalaisen Provobis Hotels -ketjun. Viimeisin hotelliketjun kasvattaminen on tältä vuodelta, kun Scandic Hotels osti 72 hotellia Norjassa ja Ruotsissa käsittävän norjalaisen Rica Hotels -ketjun. (Scandic Hotels 2014c; Scandic Hotels 2008, 5.)

4.1.1 Scandicin visio ja arvot

Scandic Hotelsin visio kuuluu: ”Haluamme olla yksi rakastetuimmista ja kunnioitetuimmista kuluttajabrändeistä Pohjoismaissa.” (Scandic Hotels 2014d, 3).

Scandicin kolme pääarvoa ovat Caring, Casual ja Creative. Caring eli välittäminen tarkoittaa, että henkilöstö kuuntelee ja auttaa asiakkaita pienimmissäkin toiveissa ja asioissa – ”paras tapa saada ystäviä on olla itse sellainen”. Casual kuvaa rentoutta, mutta ei missään nimessä laiskuutta. Asiakkaiden halutaan tuntea olevansa ystävien keskellä ja saavan olla omana itsenään ilman liiallista virallisuutta. Creative eli luovuus tarkoittaa, että Scandicilla osataan vastata myös odottamattomiin haasteisiin sekä rohjetaan tarjota odottamatonta ratkaisua ongelmaan. Arvoihin on hiljattain lisätty neljäs ”C” – Competitive eli kilpailuhenkisyys. Tämä uusi neljäs arvo muistuttaa työntekijöitä pohtimaan, kuinka he voivat tuoda lisäarvoa liiketoiminnalle sekä kasvattaa ja edistää tärkeää lisämyynnin tekemisestä. Ketju ei kuitenkaan tavoittele pelkästään voittoa millä hinnalla vain, vaan aina Scandicin eettisten periaatteiden mukaan. (Scandic Hotels 2014a.)

Scandicin toiminta ja arvot perustuvat Omtanke -ohjelmaan. Se tarkoittaa huolenpitoa, joka kohdistuu niin asiakkaisiin, työntekijöihin kuin luontoonkin. Työn ilo ja ylpeys kuuluvat arvoihin, mutta kilpailuhenkisyttä unohtamatta. Suhteita ja verkostoja pidetään yllä yhteistyöllä, joka toisaalta arvona tarkoittaa ketjun hotellien yhtenäisyyttä ja yhteisiä konsepteja. Näin varmistetaan sama määränpää ketjun sisällä. Scandic pyrkii avoimuuteen läpinäkyvyydellä, rehellisyydellä, selkeydellä ja ammattimaisuudella. Turvallisuuskään ei ole vain arvo, vaan koko filosofia perustuu osin sille. Jokaisesta hotellista löytyy turvakansio, jokaisessa hotellissa järjestetään turvallisuuskoulutuksia ja jokaisella hotellilla on myös oma kriisiryhmä. (Scandic Hotels 2008, 2-3.)

4.1.2 Scandicin ympäristötyö

Scandicin ympäristöpolitiikan mukaan ”Yksikään yritys ei voi välttää vastuutaan ympäristöstä ja paneutumista ympäristökysymyksiin. Tästä syystä Scandic pyrkii aktiivisesti pienentämään ympäristökuormitusta ja tukemaan ekologisesti kestävästä yhteiskunnan kehitystä.” Scandic Hotelsin ympäristötoiminta alkoi jo vuonna 1994, jolloin Scandic aloitti käytännön, jossa vain asiakkaan lattialle jättämät pyyhkeet vaihdetaan ja pestään. Nykyään käytännöstä on muodostunut hotellialan standardi. (Scandic Hotels 2014e; Scandic Hotels 2014c.)

Vuonna 1996 Scandic asetti itselleen ympäristötavoitteita. Tämän varalle luotiin SIR (Sustainability Indicator Reporting)-raportointijärjestelmä, jonka mitattavat kohteet ovat veden ja sähkön kulutus, sekä pestävän pyykin ja lajittelemattoman jätteen määrä. Kaikki SIR -raportointijärjestelmän tulokset ovat julkisesti nähtävillä. Tulevaisuuden tavoitteena on poistaa kaikki hotellien omasta toiminnasta aiheutuvat hiilidioksidipäästöt vuoteen 2025 mennessä. (Scandic Hotels 2014f.)

Kestävä kehitys on luonnollisesti huomioitu myös hotellien ravintoloissa: ruoissa ei käytetä geenimuunneltuja raaka-aineita, aamiaisella on aina luomuvaihtoehtoja ja ketju ei käytä lainkaan jättikatkarapuja niiden ekosysteemejä tuhoavan kasvatuksen vuoksi. Vuoden 2009 jälkeen Scandic ei ole tarjoillut pulloitettua mineraalivettä ravintoloissaan. Vesijohtovesi suodatetaan ja hiilihapotetaan paikan päällä, jolloin vesi on tavallista puhtaampaa ja fossiilisen hiilidioksidin päästöt pienenevät 160 tonnilla vuodessa aiempaan verrattuna. (Scandic Hotels 2014e; Scandic Hotels 2014c; Scandic Hotels 2014h.)

Scandic on saanut lukuisia palkintoja ympäristötyöstään, muun muassa kaupunkien myöntämiä ympäristöpalkintoja ja vuonna 2008 ketju sai ensimmäisen palkinnon IMEX-messujen Green Meetings Award -kategoriassa ekologisimmista kokouksista, vuonna 2009 Best of Helsinki Awards -gaalassa Special Award 2009-palkinnon vastuullisesta liikematkatoiminnasta ja vuonna

2011 Pohjoismaiden neuvoston luonto- ja ympäristöpalkinnon kestävästä matkailusta. (Scandic Hotels 2014i.) Lisäksi Scandic on ollut mukana perustamassa Stockholm Water Prize -palkintoa, joka myönnetään vuosittain veteen liittyvistä ansioista (Scandic Hotels 2014h).

Scandic sai ensimmäisen Joutsenmerkin hotellillensa vuonna 1999 Oslossa ja tänä päivänä Joutsenmerkittyjä hotelleja on jo yli 120. Myös pohjoismaiden ulkopuolella, missä Joutsenmerkki ei ole käytössä, osalle hotelleista on myönnetty muita ympäristömerkkejä, kuten EU-kukka. Ympäristötekojensa lisäksi Scandic ketju tekee yhteistyötä kansainvälisen yleishyödyllisen The Natural Step – järjestön kanssa, jonka toiminta perustuu neljään toimintaperiaatteeseen: vähennetään uusiutumattomien luonnonvarojen käyttöä (raskasmetallit, fossiiliset polttoaineet), vähennetään yhteiskunnan tuottamia vierasaineita (muovit, dioksiinit), vähennetään fyysisiä vaikutuksia luontoon ja luonnollisiin prosesseihin (liikahakkuu ja -kalastus) sekä vähennetään olosuhteita, joissa ihmiset eivät voi täyttää perustarpeitansa (huonot työolosuhteet). (Scandic Hotels 2014j; The Natural Step 2014.)

4.1.3 Scandic Lahti

Scandic Lahti (Kuva 2) sijaitsee puolen kilometrin päässä Lahden ydinkeskustasta. Hotellissa on 138 huonetta, ravintola, aulabaari, kuntosali sekä uima-allas ja saunaosastot. Hotellihuoneet sijaitsevat kerroksissa 2 - 6 ja huonetyyppejä ovat standard, superior, superior extra ja junior suite. Hotellin ravintola on jaettu aamiais- ja buffetpuoleen sekä à la carte puoleen, jossa on 45 asiakaspaikkaa. Yhteensä koko ravintolatalaan mahtuu noin 250 henkeä. Ravintola on toiminnassa iltaisin ja lounasta tarjoillaan ainoastaan tilauksesta. Kokous- ja neuvottelutiloja hotellissa on yhteensä 10 kappaletta. Vastaanoton yhteydessä on ympäri vuorokauden auki oleva Scandic Shop, jossa myydään virvokkeita ja pientä evästä, matkamuistoja sekä useimmin tarvittavia päivittäistavaroita. Asiakkaiden käytössä on ilmainen WiFi-yhteys sekä asiakastietokone ja -tulostin.

Suurin osa hotellin asiakkaista on liike- ja kokousmatkailijoita. Hotelli on savuton. (Harju 2012.)



Kuva 2: Scandic Lahti (Scandic Hotels 2014k)

Rakennus, jossa hotelli toimii, on valmistunut vuonna 1990 ja avattu Scandic Hotellina. Vuonna 1997 nimi vaihtui Hotelli Salpaukseksi omistajanvaihdoksen myötä. Salpaus kuului Best Western -markkinointiketjuun sekä Next-hotelliketjuun. Tuolloin toiminta oli hyvin räätälöityä ja asiakaslähtöistä. Tiloissa toimi myös yökerho Elwood vuosina 1995 - 2003. Vuonna 2010 omistajuus vaihtui jälleen Scandicille, jonka myötä varausjärjestelmä vaihtui Opera-hotellijärjestelmästä Scandic -ketjulle räätälöityyn kokonaisuuteen Scorpion. (Harju 2012.)

4.2 Toiminnallisen opinnäytetyön teoria

Ammattikorkeakoulun tavoitteena on, että opiskelijalla olisi mahdollisimman hyvä työllisyystilanne valmistumisen jälkeen. Työllistymisen lisäksi tavoitteena on asiantuntijatehtäviin liittyvien, kehittämisen ja tutkimuksen perusteiden hallitseminen, sillä tarkoituksena on, että opiskelija voisi valmistuttuaan toimia alansa asiantuntijatehtävissä. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 10, 16.)

Toiminnallinen opinnäytetyö toimii vaihtoehtona ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallisena työnä voi olla esimerkiksi ohje, opastus tai tapahtuman toteuttaminen ja toteutustapana esimerkiksi kirja, kansio, opas, cd-rom, kotisivut, näyttely tai tapahtuma. Toiminnallisessa opinnäytetyössä käytännön toteutuksen ja sen raportoinnin tulee yhdistyä tutkimusviestinnän avulla. Hyvä opinnäytetyö on työelämälähtöinen ja käytännönläheinen, sekä sisältää tutkimuksellisuutta ja tuo esiin tekijöidensä tietoja ja taitoja alaan liittyen. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9-10.)

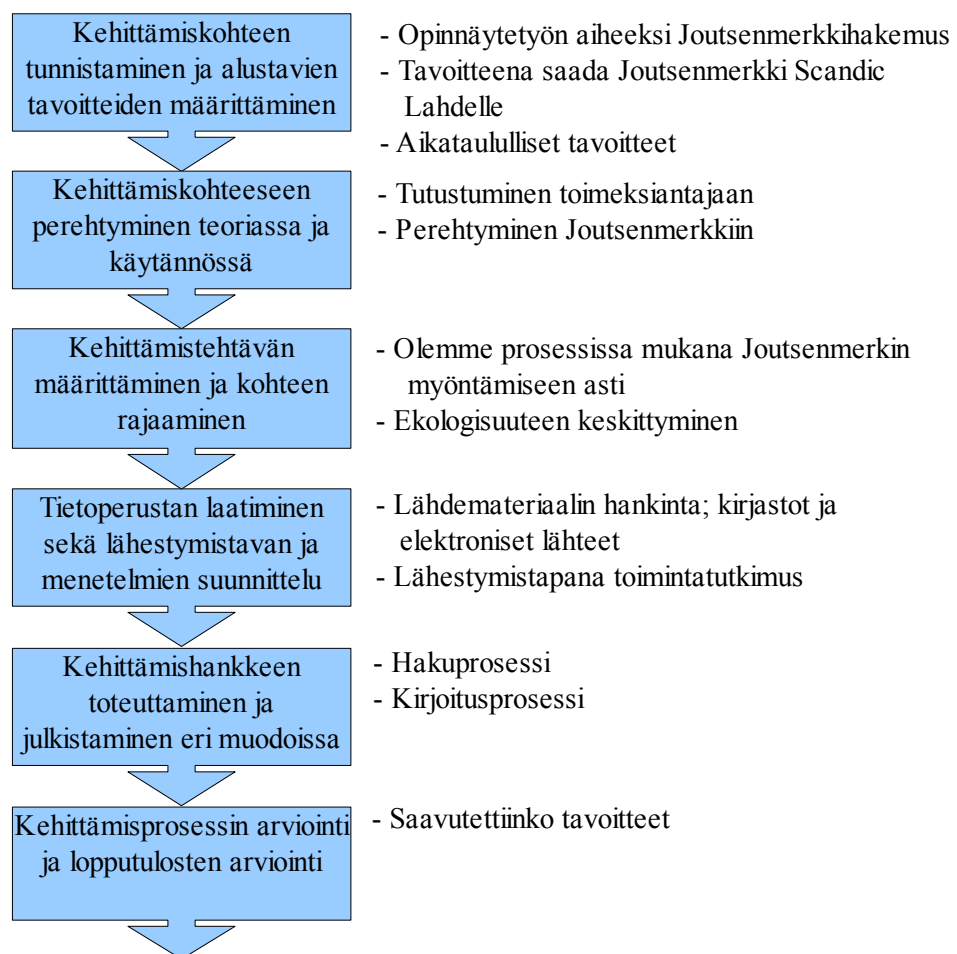
Valitsimme toiminnallisen opinnäytetyön tutkimuksellisen työn sijaan, koska katsoimme sen olevan meille sopivampi vaihtoehto. Halusimme ehdottomasti tutkia ja tehdä itse jotain, emmekä vain perehtyä jo olemassa olevaan tietoon. Käytännönläheisyyden ohella myös opinnäytetyön työelämälähtöisyys oli toivelistallamme aihetta miettiessämme.

Kehittämistyön päämääränä on esimerkiksi uusien toimintatapojen ja menetelmien luominen ympäristön ja omien tarpeiden perusteella. Työn rajaamiseksi on tunnettava aiheeseen liittyvät keskeiset käsitteet ja olemassa oleva tieto. Kehittämistyö on yrityksille tarpeellista, koska sen avulla voidaan esimerkiksi parantaa kannattavuutta, tehostaa toimintaa ja kehittää prosesseja. Menestymisen kannalta yritykselle ei riitä pelkästään muutokseen sopeutuminen, vaan sen täytyy itse myös luoda muutosta. Kehittämistyötä on yleensä tekemässä useampi kuin yksi henkilö. Silti myös itsenäisyydellä on osansa ja erityisesti itsensä johtamiseen sekä tavoitteelliseen ja arvioivaan työskentelemiseen tulee panostaa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2010, 11-13, 15.)

Olennaisena osana kehittämistyötä on tutkimuksellisuus. Tieteellisen tutkimuksen ja tutkimuksellisen kehittämistyön erona on, että ensimmäisessä keskitytään teorian tuottamiseen, kun taas toisessa käytännön ratkaisuihin ja uudistuksiin. Tutkimusta tarvitaan, jotta työ ei jäisi ainoastaan kriitikkömäksi ja omiin mielipiteisiin pohjautuvaksi. Tutkimuksellinen kehittämistyö voi lähteä käyntiin yrityksen muutoshalukkuudesta ja kehitystarpeista. Työ ei ole vain asioiden

kuvausta ja selittelyä, vaan asioita pyritään viemään eteenpäin. Pääpaino on käytännön kehitystyössä, mutta tärkeänä osana ja tavoitteena on myös tuottaa tekstiä ja uutta tietoa, joka voi antaa pohjan uusille kehittämishankkeille. (Ojasalo ym. 2010, 17, 19-21.)

Kehittämistyön raportointi koostuu lähtökohdista, tavoitteista, työmuodoista, etenemisestä ja lopputuloksesta. Prosessia johdattavat käytännöntavoitteet, joille haetaan pohjaa teoriasta. (Ojasalo ym. 2010, 20-21.). Pääpiirteittäin toteutimme opinnäytetyöprosessimme Joutsenmerkki -hankkeen Ojasalon Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi -kuviota mukailleen (Ojasalo ym. 2010, 24) (Kuvio 4). Opinnäytetyössämme kehittämishankkeen julkaisu tapahtuu kuitenkin vasta arviointivaiheen jälkeen, toisin kuin Ojasalon mallissa.



Kuvio 4. Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi (mukaillen Ojasalo ym. 2010, 24)

Tämän opinnäytetyön toiminnallinen osuus on kehitystyö, koska tarkoitus on nimenomaan saavuttaa jotain konkreettista eli Joutsenmerkki ja viedä asioita eteenpäin eli edistää kestävästä kehitystä. Jotta pystyimme rajaamaan työmme aihetta ja tietoperustaa, tutustuimme olemassa olevaan teoriaan aiheesta ja sen käsitteisiin. Päätimme rajata työn teemaksi ympäristövastuun ja ekologisuuden, koska Joutsenmerkki ja sen kriteerit keskittyvät niihin. Rajasimme suurilta osin työstä pois kestävästä kehityksen sosiaalisen ja taloudellisen ulottuvuuden. Näihin teemoihin keskittyminen olisi ollut osittain turhaa, koska emme olisi voineet liittää teoriaa toiminnalliseen osuuteen niiden osalta, koska toiminnallisessa osuudessa käsitellään ainoastaan ekologisuutta.

4.2.1 Lähestymistapa

Kehittämistyön lähestymistapa liittyy kokonaisvaltaisesti työn tavoitteeseen – sitä ei lueta varsinaiseksi tutkimusmenetelmäksi. Lähestymistapa tulisikin valita ennen tutkimusmenetelmien valintaa. Kehittämishankkeen laatu ja tavoitteet määrittävät, mitä tapaa tulisi käyttää. Kehittämistyö kuuluu harvoin mustavalkoisesti vain yhden tavan piiriin, vaan siinä on usein piirteitä myös muista lähestymistavoista. (Ojasalo ym. 2010, 36-37, 51.)

Toimintatutkimus sopii erityisesti kehittämistyön strategiaksi, koska siinä pyritään muuttamaan asioita. Päämääränä on konkreettinen lopputulos, mutta samalla pyritään muodostamaan uutta tietoa. Työ on käytäntöön orientoitunutta, ja tavoitteena on nykytilan kehittäminen, ei vain sen selittäminen.

Toimintatutkimusta kuvastaa tutkijoiden ja tutkittavien välinen yhteistyö ja tutkijoiden aktiivinen rooli, eli työ on osallistavaa, ja siinä tarvitaan yhteistyötä. Esimerkiksi yrityksen toimintaa tutkitaan ja analysoidaan sekä pohditaan, miten nykytilannetta voidaan kehittää ja miten mahdollisia ongelmia voidaan ratkaista, jotta päästäisiin tavoitteisiin ja tämän myötä luomaan uutta. (Ojasalo ym. 2010, 58.)

Valitsimme opinnäytetyömme lähestymistavaksi toimintatutkimuksen, koska halusimme pelkän Scandic Lahden tilanteen kartoittamisen ja tutkimisen lisäksi saada aikaan muutoksen hotellin toimintatavoissa ympäristön hyväksi.

Konkreettinen päämäärämme oli saada hotellille Joutsenmerkki. Emme halunneet tyytyä pelkästään pohtimaan hotellin nykytilannetta vaan halusimme viedä jo hyvällä mallilla olevaa toimintaa edelleen eteenpäin. Toimintatutkimuksen mukaista työssämme oli myös osallistava työ ja yhteistyön määrä toimeksiantajan kanssa.

4.2.2 Tutkimusmenetelmät

Yhteisön jäsenet tuntevat yrityksen prosessit, kehittämiskohteet ja ongelmat yleensä hyvin ja ovat halukkaita tekemään asialle jotain. Tämän vuoksi osallistava kehittämismenetelmä on loistava valinta, koska tällöin tutkija saa työhönsä näkökulman yhteisön sisäpuolelta. Tutkija taas antaa työlle teoreettisen pohjan ja ulkopuolisen näkökulman. Toimintatutkimusta voidaan käyttää esimerkiksi työmenetelmien kehittämiseen ja tuomaan uusia näkökulmia työskentelyyn. Tälle lähestymistavalle olennaista on kuinka asioiden pitäisi olla, ei se miten ne ovat tällä hetkellä. Toimintatutkimuksen prosessi käynnistyy joko olemassa olevasta ongelmasta tai tietyistä tavoitteista. Tämän jälkeen tutustutaan lähdemateriaaliin, hankitaan aineistoa tutkimalla ja lopuksi analysoidaan hankittua materiaalia. (Ojasalo ym. 2010, 59-60.)

Lähestymistavan valinta osin ohjaa tutkijaa menetelmien valinnassa, vaikka toisaalta lähes kaikki menetelmät sopivatkin mihin tahansa lähestymistapaan. Toimintatutkimus luetaan usein laadulliseksi eli kvalitatiiviseksi lähestymistavaksi. Menetelmiä pohdittaessa tulee ottaa huomioon, että niiden avulla päästäisiin käsiksi henkilöstön hiljaiseen tietoon, kuten ammattitaitoon ja kokemukseen. Tällöin kyseessä on osallistava menetelmä, johon kuuluvat esimerkiksi haastattelut ja havainnointi. Haastattelu sopii kehitystyöhön, koska tietoa saadaan nopeasti. Strukturoidussa eli lomakehaastattelussa kysymykset,

niiden muotoilu ja esittämisjärjestys on laadittu valmiiksi. Myös puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset on suunniteltu ennakoon, mutta niiden muotoilu ja järjestys voi vaihdella alkuperäisesti ja haastattelun aikana voi tulla myös uusia kysymyksiä. Avoimessa haastattelussa keskustellaan avoimesti ja tasavertaisesti määritellyn aiheen ympärillä. Havainnointia taas käytetään usein haastattelun tukena. Havainnoija voi olla ääripäänä passiivinen eli ulkopuolinen tarkkailija, joka ei osallistu toimintaan millään lailla tai aktiivinen osallistuja, joka on mukana kehityksessä. Usein käytettynä menetelmänä ovat myös koko prosessin aikana jatkuvat toimijoiden yhteiset keskustelut, jotka toimivat niin, että edellinen luo pohjan seuraavalle. Tutkijan tehtävänä on dokumentoida päätettyjä tavoitteita ja toimintaa. (Ojasalo ym. 2010, 51, 61-62, 95, 97, 103-104.)

Tässä opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelminä havainnointia ja haastattelua sekä myös keskustelua. Otimme tarvittaessa palaveriin mukaan eri toiminnoista vastaavia henkilöitä, joita haastattelimme. Heille oli etukäteen kerrottu haastattelun tarkoitus. Haastattelut olivat joko puolistrukturoituja tai avoimia, koska kysymyksiä oli pohdittu etukäteen, mutta usein niitä ilmeni lisää haastattelun aikana ja kysymysjärjestys ei ollut tiukka. Lisäksi osa haastatteluista oli keskustelun kaltaisia eli avoimia. Havainnointi tapahtui Scandic Lahdessa havainnoimalla eri kohteita ja toimintoja niiden luonnollisessa ympäristössä. Roolimme havainnoijina oli jotain aktiivisen ja passiivisen väliltä. Osallistuimme kehitystyöhön hakemuksen täyttämisen muodossa, mutta emme osallistuneet muihin toimintoihin. Työssä keskusteluina toimivat säännölliset palaverit, joissa prosessia vietiin eteenpäin.

4.3 Joutsenmerkin hakuprosessi ja sen tavoitteet

Scandic Lahden Joutsenmerkkihakemuksessa tarkasteltiin hotellien ja retkeilymajojen kriteerejä, jotka pitävät sisällään tiukkoja raja-arvoja ja vaatimuksia muun muassa käytetyn energian ja veden määrälle, jätteiden lajittelulle ja hankintojen ympäristöystävällisyydelle. Kriteerit on jaoteltu

hakemuksessa siten, että osa niistä on pistevaatimuksia, joista saa pisteitä sen mukaan kuinka ympäristöystävällisiä ne ovat. Osa vaatimuksista taas on pakollisia vaatimuksia, joiden täytyminen on ehtona Joutsenmerkin saamiselle. Näitä ovat esimerkiksi edellä mainitut energian ja veden käytön raja-arvot.

Teimme hakemuksen yhteistyössä Scandic Lahden kanssa. Hakemus täytettiin liitteineen sähköiseen hakemuslomakkeeseen kohta kerrallaan. Hakemuksen vaatimuskohdissa oli selkeästi kerrottu, mitkä kohdista tarvitsivat lisäselvityksiä, todistuksia tai muita liitteitä sekä kohdat, jotka tarkastettiin paikan päällä asiantuntijan toimesta tarkastuskierroksen aikana.

Joutsenmerkin hakuprosessi koostuu tiedonhankinta-, täyttö-, tarkastus- ja myöntämisvaiheista, joiden toteutumisesta on kerrottu prosessin kuvauksessa. Tavoitteena oli tehdyn hakuprosessin onnistunut toteuttaminen ja sen lopuksi Joutsenmerkin saaminen Lahden Scandic hotellille. Lisäksi tavoitteena oli, että Scandicin esimerkin innoittamana muutkin lahtelaiset ja Lahden alueella toimivat majoitusyritykset mahdollisesti panostaisivat toiminnassaan enemmän ympäristön kannalta parempiin ratkaisuihin ja siten edesauttaisivat kestävästä kehitystä alalla.

Ajallisesti tavoitteenamme oli suuntaa antava arviomme Joutsenmerkin hakemisprosessin kestosta, jonka oletimme kestävän noin kolmesta kuukaudesta puoleen vuotta riippuen hakemukseen tarvittavien tietojen ja dokumenttien saatavuudesta. Kokonaisuudessaan opinnäytetyön toiminnallisen ja kirjallisen osan arvioimme kestävän yhteensä noin yhdeksän kuukautta, sillä tarkoituksena oli kirjoittaa opinnäytetyön raporttiosuutta Joutsenmerkkihakemuksen teon ohella.

4.3.1 Prosessikuvaus: Joutsenmerkin hakeminen Scandic Lahdelle

Ensimmäinen tapaamisemme Joutsenmerkin hakua koskien oli 6. helmikuuta 2013 Scandic Lahdessa hotellinjohtaja Tomi Saarelaisen ja controller Maija Aaltosen kanssa. Tapaamisessa kartoitimme kunkin toimenkuvan ja teimme

alustavan aikataulun projektille. Päätimme, että meidän vastuullamme oli sähköisesti täytettävä hakemuslomake ja siihen vaadittavien tietojen ja tarvittavien liitteiden selvittäminen kutakin yhteistä tapaamistamme varten, minkä jälkeen controller Aaltosen oli helppo pyytää tarvittavat tiedot hotellille. Vastuullamme oli myös hakemuksen monen liitteen (esimerkkinä LIITE 1) kokoaminen kansioon paperisina.

Ajankohta merkin hakemiselle oli erittäin hyvä, sillä esimerkiksi hotellin LVI-remontin oli määrä valmistua huhtikuussa 2013. Uusitusta järjestelmästä tiedettiin olevan paljon hyötyä merkkiä haettaessa, joten kun remontti ajallaan valmistui, pääsimme aloittamaan varsinaisen hakuprosessin. Hotellinjohtaja Saarelainen oli siihen mennessä ollut yhteydessä Motiva Service Oy:n eli Ympäristömerkinnän Joutsenmerkin asiantuntijaan Sami Karelahteen ja varmistanut hakemuksessa käytettävien kriteerien olevan hotellien ja retkeilymajojen kriteerit. Saimme sähköisen hakemuksen tekoa varten tunnukset, joiden avulla pääsimme tarkastelemaan kriteerejä ja täyttämään hakemusta. Sähköinen lomake toimi siten, että Motiva Service Oy näki sinne tallennetut materiaalit reaaliajassa, ei vasta lähetysvaiheessa. Saimmekin palautetta vielä prosessin ollessa kesken, jos olimme esimerkiksi ymmärtäneet jonkin kohdan väärin tai tallentamamme liite oli vääränlainen.

Tapasimme hakemuksen teon merkeissä huhti-elokuussa 2013 Saarelaisen ja Aaltosen kanssa yhteensä kuusi kertaa. Tapaaminen kesti yleensä noin kaksi tuntia riippuen läpikäytävien hakemuskohtien määrästä. Näiden Scandicin kanssa yhteisten tapaamisten välillä pidimme aina kahdestaan vähintään yhden palaverin, jossa kävimme läpi kaikki siihen astisissa tapaamisissa kuntoon saadut asiat ja pohdimme, mitä hakemuksen kohtia on käytävä läpi seuraavassa tapaamisessa. Sen lisäksi kasasimme ja järjestimme kansioon tulevia paperisia liitteitä ja todistuksia hakemuksen mukaiseen järjestykseen, sillä kaikki Joutsenmerkkihakemukseen liittyvien asiakirjojen on oltava tarvittaessa helposti saatavilla, joten kokoamamme kansio jäi hotelliin projektin päätyttyä.

Viimeisessä hakemuksen täyttöä koskevassa tapaamisessa 7. elokuuta 2013 tarkastimme, että kaikki hakemuksen kohdat oli täytetty ja käyty läpi huolellisesti; mahdolliset lisätiedot oli kirjoitettu ja annettu niitä vaativiin kohtiin ja hakemukseen oli liitetty kaikki tarvittavat liitteet ja todistukset. Tärkein kohta oli lopussa, jossa varmistettiin, että Joutsenmerkkiin vaadittavien kriteerien pistemäärä täyttyi. Kaikki oli kunnossa lukuun ottamatta ainoastaan kemiallisten aineiden puuttuvaa todistusta, jonka toimitusta jäimme odottamaan. Kun tämä puuttuva todistus saapui, hakemus liitteineen voitiin lähettää Ympäristömerkinnän tarkastettavaksi.

4.3.2 Prosessikuvaus: Tarkastuskierros ja Joutsenmerkin myöntäminen

Hakemuksen palauttamisen jälkeen oli vuorossa tarkastuskierros hotellissa. Tiesimme, mitä kriteerien täyttymisen kohtia paikan päällä tehtävä tarkastus koski, sillä ne oli erikseen merkitty täytettyyn hakemukseen. Tarkastuskierroksen ajankohta oli 26. syyskuuta 2013, jolloin Ympäristömerkinnän asiantuntija Sami Karelahti saapui Scandic Lahteen. Paikalla olivat meidän sekä Saarelaisen ja Aaltosen lisäksi myös hotellin kiinteistövastaava, siivousvastaava, ravintolavastaava ja vastaanottopäällikkö. Aloitimme tarkastuksen Joutsenmerkinnän tilannekatsauksella Karelahden johdolla ja käymällä vielä hieman läpi hakemuksen eri kohtia ja kriteerejä. Hän mainitsi, että erinäiset lupanumerot voisi vielä lisätä hakemukseen ja huomautti, että liitteeksi lisäämämme energiatodistus ei ollut varsinainen energia-analyysi, joka oli vaatimuksena. Todistuksesta löytyivät kuitenkin kaikki vaaditut asiat, minkä vuoksi Karelahti hyväksyi sen. Tämän jälkeen lähdimme kiertämään hotellia, jossa tarkastuskohteita olivat muun muassa jätehuolto – löytyvätkö kaikki hakemuksessa ilmoitetut lajittelujakeet ja onko jätteet lajiteltu oikein, vesi – onko veden virtaama se, minkä hakemuksessa kerroimme sen olevan, sekä esteetön huone, savuttomuus, uima-altaan lämpötila, huoltopäiväkirjat ja Joutsenmerkin vaatimusten dokumentointi. Kaikki tarkastuspäivänä ilmenneet lisäykset ja

muutokset tuli tehdä kahden viikon kuluessa tarkastuksessa. Kaiken kaikkiaan Karelahti kehui, että hakemus on täytetty hyvin ja täydennettävää oli vain vähän.

Ensimmäisenä tarkastuskohteena olivat ilmastointi ja lämmöntalteenotto, jotka toimivat kuten kuuluikin. Tämän jälkeen mitattiin uima-altaan lämpötila ja tarkastettiin desinfiointi- ja puhdistuslaitteet. Seuraavan vuorossa oli siivous. Karelahti näki käytännössä, että käytössä on etukäteen ilmoitetut puhdistusaineet ja annostelumenetelmät ja että tarvittavat käyttöturvallisuustiedotteet löytyvät paikan päältä. Tämän jälkeen siirryttiin huoneisiin, joiden kaikkien todettiin olevan savuttomia. Huoneista tarkastettiin mm. televisiot – kaikki Scandic Lahden televisiot ovat EU-ympäristömerkittyjä – sekä suihkujen ja hanojen vedenvirtaukset. Mittauksessa selvisi huoneiden pesuallaiden hanojen virtauksen olevan jostain syystä huomattavasti ilmoitettua suurempi. Pieni huomautus tuli myös käytävien valaistuksesta. Yöaikaan valaistuksen määrää voisi hieman laskea, kun käytäntönä oli, että valot palavat täydellä teholla ympäri vuorokauden. Seuraavana kohteena olivat ravintola ja keittiö, joista tarkastettiin luomuruuat ja pesuaineet. Osa käytetyistä astianpesuaineista oli muuttunut, joten ne tuli täydentää hakemukseen. Jätehuollon puolella lajittelussa oli käynyt muutama harmillinen huolimattomuusvirhe, mutta muuten jakeiden määrä vastasi ilmoitettua. Kokonaisuudessaan tarkastuskierroksella asiantuntija havaitsi ainoastaan muutaman epäkohdan ja ristiriitaisuuden hakemukseen ilmoitettujen tietojen kanssa. Nämä eivät kuitenkaan onneksi vaikuttaneet lopputulokseen.

Tarkastuksen jälkeen saimme jännittyneinä odotella muutaman päivän, minkä jälkeen lokakuun 1. päivä 2013 Karelahdelta tuli vahvistus, että Scandic Lahden hakemus on läpäissyt tarkastuksen ja Joutsenmerkki on virallisesti myönnetty hotellille sinä samaisena päivänä.

Joutsenmerkin julkistamis- ja luovutustilaisuus pidettiin 16. lokakuuta 2013 Scandic Lahdessa. Paikalla oli edustajia Scandic Lahdesta, Motiva Services Oy:n Ympäristömerkinnästä, SOL Palveluiden siivouspalvelusta, RTK-Palvelun kiinteistöhuollosta ja Lahden ammattikorkeakoulusta. Tilaisuuden aluksi

Karelahti antoi hotellille tarvittavia esitteitä ja ilmoituksia, joilla kertoa asiakkaille saamansa Joutsenmerkin olemassa olosta. Näkyvimmäksi informaatioksi saadusta tunnustuksesta, nostettiin juhlallisesti Joutsenmerkin lippu salkoon hotellin katolle. Lipun nostamisen jälkeen siirryimme juhlallisuuksiin.

Ympäristömerkinnän ja Lahden ammattikorkeakoulun edustajat pitivät puheet, joissa meitä kiitettiin hyvin tehdystä työstä. Tämän jälkeen meidät kukitettiin ja hotellinjohtaja Saarelainen luovutti meille stipendit.

Hotellin katolla liehuvan lipun lisäksi saatu Joutsenmerkki näkyy esimerkiksi pienoislippuna vastaanottotiskillä, suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi olevina kunniakirjoina (LIITE 2) vastaanottoaulan seinällä, tarroina ulko-ovissa, esitteinä eri puolilla hotellia sekä pinsseinä työntekijöiden rinnoissa. Scandic Lahti on nyt 17. Joutsenmerkitty Scandic -hotelli. Siitä tuli 40. Joutsenmerkitty hotelli Suomessa ja aivan ensimmäinen laatuaan Lahdessa (Motiva Services Oy 2014j).

5 ANALYYSI

Opinnäytetyön tavoitteena oli edistää ympäristöystävällisyyttä ja kestäväää kehitystä sekä lisätä ympäristöasioiden arvostusta ja huomioon ottamista majoitusalan yrityksissä etenkin Lahden alueella. Konkreettisena tavoitteena opinnäytetyössämme oli Joutsenmerkin hakuprosessin onnistunut toteuttaminen ja merkin saaminen Lahden Scandic hotellille.

On todella vaikea arvioida, onko ensimmäinen tavoitteemme kestävä kehityksen edistämisestä toteutunut, sillä toistaiseksi ainakaan mitään näkyvää toimintaa se ei ole paikallisissa yrityksissä aiheuttanut. Majoitusyritykset Lahden alueella ovat tuskin kuitenkaan voineet olla huomaamatta Scandicin Joutsenmerkin muodossa saamaa tunnustusta, joten me luotamme siihen, että ainakin jonkinasteista heräämistä yrityksissä on ympäristövastuuasioiden suhteen tapahtunut. Välttämättä kovin montaa Joutsenmerkin hakijaa ei vielä kilpailijoista löydy, mutta jos yksikin hotelli tai muun alan yritys Scandicin esimerkin ansiosta edes hieman miettii toimintaansa ekologisuuden kannalta, olemme tavoitteessamme, sillä edistystä se on pienikin edistys.

Konkreettinen tavoitteemme sen sijaan toteutui varsin kirkkaasti ilman sen suurempia ongelmia toteutuksessa. Hakemuksen parissa tehdyn kovan työmme päätteeksi Scandic Lahti sai Joutsenmerkkinsä, ja on mukava tietää, että ilman meitä sen saaminen olisi ollut hotellille ei suinkaan aivan mahdotonta, mutta monin verroin hitaampi prosessi ja vaatinut paljon työaika.

5.1 Oman työmme ja Joutsenmerkin hakuprosessin arviointi

Aluksi hakemusprosessi kuulosti ja tuntui meistä melko haastavalta. Sen edetessä totesimme kuitenkin, että ei se niin hankalaa ollutkaan kuin miltä oli alkuun vaikuttanut. Pieniä haasteita prosessiin toivat puuttuvista liitteistä ja todistuksista aiheutuvat viivästyksset, joista suurimpana kemiallisten aineiden luettelo, jota

saimme odotella melko kauan hakemuksen ollessa muilta osin lähetyskelpoinen tarkastettavaksi. Toiminnallinen osuus sujui kuitenkin aika lailla juuri siinä aikataulussa kuin olimme ajatelleetkin ja saimme hakemuksen tehtyä.

Kirjoitusprosessi sen sijaan venähti aivan liikaa. Rehellisesti sanottuna tunnustamme olleemme hölmöjä, kun emme kirjoittaneet opinnäytetyötä samaan aikaan sen toiminnallisen toteutuksen kanssa. Näin jälkeenpäin kirjoittaessa olisi myös auttanut, jos olisimme tehneet huolellisesti paljon muistiinpanoja, joita käyttää apuna prosessikuvauksessa.

Olemme kuitenkin tyytyväisiä, sillä tärkein asia meille oli saada Joutsenmerkki Scandic Lahdelle. Sen takia rajasimme teoriapohjammekin lyhyeksi ja lähinnä ekologisuuteen keskittyväksi, vaikka kestävästä kehityksestä kaikkine ulottuvuuksineen ja majoitustoiminnasta sekä niiden kehittämisestä saisi materiaalia paljon enemmänkin.

5.2 Jatkotoimenpiteet

Jatkossa Scandic Lahden tulee keskittyä siihen, että tämän hetkistä kestävään kehitykseen pohjautuvaa toimintaa ylläpidetään ja varmistaa, että hotelli täyttää vaaditut ja päivittyvät Joutsenmerkin kriteerit. Ehkä tulevaisuudessa Scandicin esimerkin innoittamana muutkin lahtelaiset ja Lahden alueella toimivat majoitusyritykset alkavat ajatella toiminnassaan ympäristöystävällisyyttä, ja siten edesauttavat kestävästä kehityksestä alalla. Jatkotutkimusaiheena voisikin olla saman projektin tekeminen eli Joutsenmerkin hakeminen jollekin alueen majoitusalan yrityksistä tämän opinnäytetyön innostamana.

Jatkotutkimusaiheita pohdittaessa meille tuli mieleen, että olisi mielenkiintoista seurata ja tutkia, onko Scandic saanut Joutsenmerkistä oikeasti kilpailuetua verrattuna muihin Lahden hotelleihin, vaikuttaako Joutsenmerkki asiakkaiden hotellin valintaan ja millainen on ollut merkin taloudellinen vaikutus.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyötä ja sen sisältämää Joutsenmerkin hakemusprosessia tehdessämme havahduimme siihen, kuinka monella osa-alueella ekologisuuden voi ottaa huomioon ja kuinka moneen asiaan sen mukaisesti tehty valinta vaikuttaa. Olemme aiemminkin olleet hieman kiinnostuneita ympäristöasioista, mutta tämän työn tekeminen sai silmämme todella aukeamaan asialle. Sen johdosta todellakin toivomme, että alamme yritykset ottaisivat ympäristöasiat ja kestävä kehityksen enemmän huomioon.

Olemme näin ollen erittäin tyytyväisiä valitsemaamme opinnäytetyön aiheeseen. Opinnäytetyömme on ajankohtainen ja puhutteleva, sekä käytännönläheinen ja työelämälähtöinen, sillä se lähti käyntiin toimeksiantajamme Scandic Lahden aloitteesta. Huolimatta raporttiosan viivästymisestä opinnäytetyön konkreettinen tavoitteemme täyttyi asetetun aikataulun rajoissa ja työmme oli onnistunut, sillä Scandic Lahdelle myönnettiin Joutsenmerkki.

Opinnäytetyön tekeminen parityönä toi sekä helpotusta työmäärään että mutkia matkaan. Olimme molemmat jo ennen aiheen valikoitumista ajatelleet, että parityöskentely olisi yksin työskentelyä mielekkäämpi vaihtoehto. Aiheen löydyttyä ja sen soveltumisen kahdelle hengelle selvittyä, tartuimmekin siihen heti kiinni. Oli helpottavaa, kun toiselta sai aina neuvoja, apua ja mielipiteitä prosessin edetessä, eikä tuntenut olevansa asian kanssa yksin. Haastavinta oli yhteistyön tekemisessä oli aikataulutus. Yhteistä aikaa oli vaikea löytää, eikä asiaa auttanut se, että asuimme eri paikkakunnilla. Siitä huolimatta olemme tyytyväisiä, päädyimme parityöskentelyyn ja valitsimme sen myös uudelleen.

Lopuksi haluamme kiittää Scandic Lahden sekä hotellin yhteistyökumppaneiden henkilökuntaa yhteistyöstä. Ilman sitä ja jo olemassa olleita verkostoja ja suhteita työmme olisi vaikeutunut ja hidastunut huomattavasti. Työ oli mielekästä, kun kaikki osapuolet työskentelivät innolla samaa päämäärää kohti. Erityiskiitokset hotellinjohtaja Tomi Saarelaiselle sekä nyt jo eläkkeelle siirtyneelle controller Maija Aaltoselle, jotka ottivat meidät mukaan tähän mielenkiintoiseen projektiin ja työskentelivät kanssamme projektin loppuun saakka.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Brännare, R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. Porvoo: WSOY.

Harju, M. 2012. Perehdytyskansio – Scandic Lahti.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto – osa 1. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2010. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu – kestävä kehitys organisaatiotasolla. Oppimateriaalit. Porvoo: WSOY.

Vilkkä, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi.

Elektroniset lähteet

European commission. 2014a. More about the EU Ecolabel [viitattu 22.11.2014]. Saatavissa: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/the-ecolabel-scheme.html>

European commission. 2014b. Criteria development and revision [viitattu 24.11.2014]. Saatavissa: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/criteria-development-and-revision.html>

European comission. 2014c. EU-ecolabel leaflet [viitattu 24.11.2014]. Saatavissa: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/EU%20Ecolabel%20leaflet.pdf>

European comission. 2014d. Facts and figures [viitattu 24.11.2014]. Saatavissa: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>

European comission. 2014e. Work plan 2011-2015 [viitattu 24.11.2014]. Saatavissa: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/about_ecolabel/pdf/work_plan.pdf

Motiva Services Oy. 2014a. Vastuullinen kuluttaminen [viitattu 7.8.2014]. Saatavissa: <http://joutsenmerkki.fi/joutsenmerkki/vastuullinen-kuluttaminen/>

Motiva Services Oy. 2014b. Työn perusta [viitattu 7.8.2014]. Saatavissa: <http://joutsenmerkki.fi/joutsenmerkki/tyon-perusta/>

Motiva Services Oy. 2014c. Joutsenmerkki [viitattu 11.8.2014]. Saatavissa: <http://joutsenmerkki.fi/joutsenmerkki/>

Motiva Services Oy. 2014d. Kriteerit [viitattu 12.9.2014]. Saatavissa: <http://joutsenmerkki.fi/tuotteet-palvelut/kriteerit-sivu/>

Motiva Services Oy. 2014e. EU-ympäristömerkki [viitattu 8.10.2014]. Saatavissa: <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/>

Motiva Services Oy. 2014f. Miksi hakea merkkiä? [viitattu 4.11.2014]. Saatavissa: <http://eu-ymparistomerkki.fi/yrityksille/miksi-hakea-merkkia/>

Motiva Services Oy. 2014g. Miksi valita EU-ympäristömerkki? [viitattu 4.11.2014]. Saatavissa: <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/miksi-valita-eu-ymparistomerkki/>

Motiva Services Oy. 2014h. Miten kriteerejä laaditaan? [viitattu 4.11.2014].

Saatavissa: <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/miten-kriteereja-laaditaan/>

Motiva Services Oy. 2014i. Yrityksille [viitattu 4.11.2014]. Saatavissa: <http://eu-ymparistomerkki.fi/yrityksille/>

Motiva Services Oy. 2014j. Scandic Lahti sai Joutsenmerkin ensimmäisenä hotellina Lahdessa [viitattu 17.11.2014]. Saatavissa:

<http://joutsenmerkki.fi/2013/10/16/scandic-lahti-sai-joutsenmerkin-ensimmaisena-hotellina-lahdessa/>

Motiva Services Oy. 2014k. Mediapankki [viitattu 1.12.2014]. Saatavissa:

<http://joutsenmerkki.fi/ajankohtaista/mediapankki/>

Pohjoismaiden ministerineuvosto. 2014. Tietoa Joutsenmerkistä [viitattu

16.8.2014]. Saatavissa: <http://www.norden.org/fi/pohjoismaiden-ministerineuvosto/ministerineuvostot/ympaeristoeasiain-ministerineuvosto-mr-m/joutsenmerkki>

Scandic Hotels. 2008. Fact sheet about Scandic [viitattu 16.11.2014]. Saatavissa:

<http://www.scandichotels.fi/Global/Fact%20sheets/Fact%20sheet%20about%20Scandic%20FI.pdf>.

Scandic Hotels. 2014a. Intranet.

Scandic Hotels. 2014b. Meistä [viitattu 16.11.2014]. Saatavissa:

<http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Tietoa-yrityksesta/>

Scandic Hotels. 2014c. Scandic-hotellien historia [viitattu 16.11.2014].

Saatavissa: <http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Tietoa-yrityksesta/Historiamme/>

Scandic Hotels. 2014d. Eettiset ohjeet [viitattu 17.11.2014]. Saatavissa:

http://www.scandichotels.fi/Global/Code%20of%20conduct/Code%20of%20conduct_FI.pdf

Scandic Hotels. 2014e. Ympäristötyömme [viitattu 16.11.2014]. Saatavissa:

<http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Vastuullista-elamaa/Ymparistotyomme/>

Scandic Hotels. 2014f. Ympäristöraportointi [viitattu 17.11.2014]. Saatavissa:

<http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Vastuullista-elamaa/Ymparistotyomme/Ymparistoraportointi/>

Scandic Hotels. 2014g. Ekologinen ruoka [viitattu 17.11.2014]. Saatavissa:

<http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Vastuullista-elamaa/Ymparistotyomme/Kestavaa-kehitysta-hotelleissamme/Ekologinen-ruoka/>

Scandic Hotels. 2014h. Oma vetemme [viitattu 17.11.2014]. Saatavissa:

<http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Vastuullista-elamaa/Ymparistotyomme/Kestavaa-kehitysta-hotelleissamme/Oma-vetemme/>

Scandic Hotels. 2014i. Monia palkintoja kestävän kehityksen työstämme [viitattu

17.11.2014]. Saatavissa: <http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Vastuullista-elamaa/Monia-palkintoja-kestavan-kehityksen-tyostamme/>

Scandic Hotels. 2014j. Kestävää kehitystä hotelleissamme [viitattu 16.11.2014].

Saatavissa: <http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Vastuullista-elamaa/Ymparistotyomme/Kestavaa-kehitysta-hotelleissamme>

Scandic Hotels. 2014k. Scandic Lahti [viitattu 16.11.2014]. Saatavissa:

<http://www.scandichotels.fi/Hotels/Suomi/Lahti/Lahti/?hotelpage=meetings>

Taloustutkimus Oy. 2014. Brändien arvostus -tutkimuksen kymmenen kärjessä... [viitattu 8.10.2014]. Saatavissa:

<http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje/uutiskirje-7-2014/brandien-arvostus-tutkimuksen-ky/>

The Natural Step. 2014. The Four System Conditions of a Sustainable Society

[viitattu 16.11.2014]. Saatavissa: <http://www.naturalstep.org/en/the-system-conditions>

Ulkoasiainministeriö. 2014. Kestävä kehitys ja kulutus. Ulkoministeriön kehitysviestinnän verkkojulkaisu [viitattu 10.11.2014]. Saatavissa:

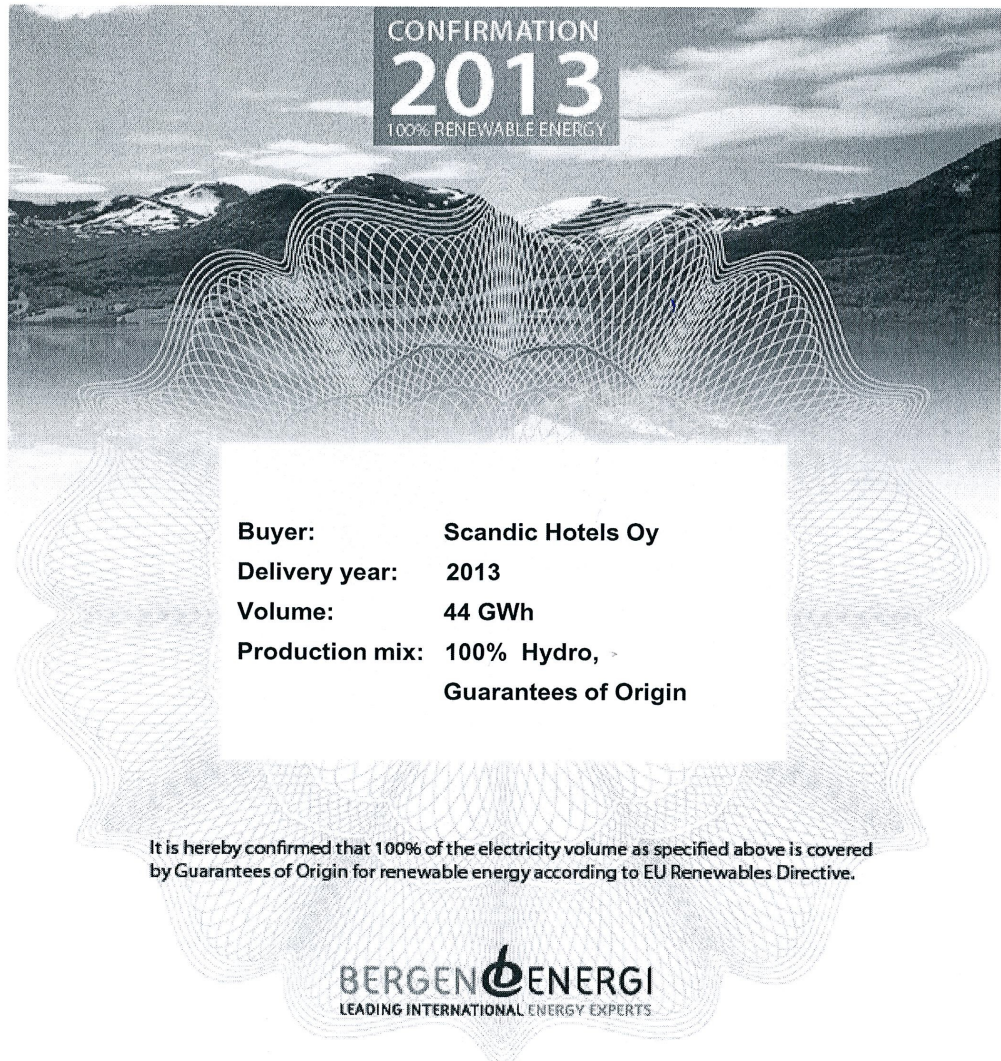
<http://www.global.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=41969&contentLan=1>

Ympäristöministeriö. 2013. Mitä on kestävä kehitys [viitattu 10.11.2014].

Saatavissa: http://www.ym.fi/fi-fi/Ymparisto/Kestava_kehitys/Mita_on_kestava_kehitys

LIITTEET

LIITE 1 Bergen Energin todistus sähkön tuottamisesta 100% vesivoimalla



CONFIRMATION
2013
100% RENEWABLE ENERGY

Buyer: Scandic Hotels Oy
Delivery year: 2013
Volume: 44 GWh
Production mix: 100% Hydro, >
Guarantees of Origin

It is hereby confirmed that 100% of the electricity volume as specified above is covered by Guarantees of Origin for renewable energy according to EU Renewables Directive.

BERGEN ENERGI
LEADING INTERNATIONAL ENERGY EXPERTS

The electricity production is certified according to the international EECs standard (European Energy Certificate System) and documented by the issue of Guarantees of Origin (GoO). The GoOs are issued by Statnett after approval of production facilities and registered by Bergen Energy in accordance with Norwegian and international law.

Statnett



Bergen Energi is a registered user of the RECS GoO Practice Standard

LIITE 2 Joutsenmerkki -kunniakirja



Ympäristömerkintä Suomessa on myöntänyt
Joutsenmerkin käyttöoikeuden

Scandic Lahden hotellitoiminnalle.

Tuoteryhmä: Hotellit ja retkeilymajat
(voimassa 14.6.2007/30.6.2015).

Sertifikaatti on pätevä ainoastaan voimassaolevan
ympäristömerkin käyttöluvan nro 472-487 kanssa eikä sitä
voi siirtää kenellekään toiselle.

Lupa on voimassa kaikissa Pohjoismaissa.

9.12.2013

Ympäristömerkintä

Leena Nyqvist-Kuusola